

A SZAVAKON TÚL

POLITIKAI KOMMUNIKÁCIÓ MAGYARORSZÁGON 1990– 2015

Szerkesztette: Kiss Balázs

A kutatást és a publikálást a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal – NKFIH támogatta, a szerződés nyilvántartási száma: 112323.

Társadalomtudományi Kutatóközpont – L'Harmattan

2019

Tartalom

Bevezetés -

Kiss Balázs

A politikai kommunikáció története a külföldi szakirodalomban –

Bene Márton – Nábelek Fruzsina

A magyar politikai kommunikáció története a hazai szakirodalomban –

Szabó Gabriella – Burai Krisztina

Negyedszázad politikai kommunikációjának dimenziói

Aktorok –

Kiss Balázs

Ügyek –

Kiss Balázs

Metaforák és diskurzusok –

Bene Márton

Csatornák –

Szabó Gabriella

Látványvilág –

Farkas Xénia

Zárszó –

Kiss Balázs

Bevezetés

Kiss Balázs

Nem kevesebb, mint öt év munkája zárul ezzel a kötettel.¹ Az MTA Társadalomtudományi Kutatóközpontjában 2014-ben kezdtük el a magyarországi politikai kommunikáció huszonöt éves történetének szisztematikus vizsgálatát és leírását. A Politikai Kommunikáció Kutatócsoport (PKK) és a hozzá kapcsolódó gyakorlatok, érdeklődő egyetemi hallgatók és további kutatók hatalmas anyagot gyűjtöttek össze a munkához, kódoltak és vitatkoztak, konferenciákon és workshopokon, hazaiakon és külföldieken tették ki az eredményeket a bírálóknak. Mindezek nyomán az öt év alatt számos kötet² és számtalan tanulmány született az elméleti alapokról, az alkalmazott eljárásokról és persze a kutatás eredményeiről. A legfontosabb dokumentuma az öt évnek mégis ez a kötet, mert itt olvasható először átfogó és egységes leírás a címben jelzett időszak, tehát az 1990-től 2015-ig tartó negyedszázad politikai kommunikációs jelenségeiről, folyamatairól és tendenciáiról.

A könyv tehát a politikai kommunikációról szól, ezért tudnunk kell, mit értsünk a fogalom alatt. Olyan meghatározást dolgoztunk ki, amelyik kielégíti az elméleti és az alkalmazhatósági követelményeket is. Ennek megfelelően a kutatás során és a jelen kötetben is a politikai kommunikáció mibenlétét illetően az interakciós jelleget helyeztük a középpontba. Megközelítésünkben maga a politika is interakciók sokaságából áll, olyan interakciókból, amelyek közvetlenül vagy közvetetten a társadalmi integrációra vonatkoznak, folyvást teremtik és újrateremtik az emberek együttélésének a kereteit, összetartó mechanizmusait, s eközben objektivációkat, köztük intézményeket hoznak létre és tartanak fenn. Az interakciók jelek közepette zajlanak, jeleket állítanak elő, valamint jeleket értelmeznek és értelmeznek át. Az interakciók sokaságának tekintett politikai élet kommunikációs aspektusa tehát abban áll, ahogyan a cselekvők jelentéseket hoznak létre és értelmeznek, s ezáltal hatnak egymásra, mégpedig vagy akarva, vagy akaratlanul, tehát a többiek interpretációs erőfeszítésein keresztül. Az interpretáció megnyilvánulhat cselekvésekben, kognitív, értékelő vagy érzelmi válaszokban.

Ezek a meglehetősen elvont kiindulópontok olyan módon irányították az empirikus kutatást, hogy csak azt tekintettük a politikai kommunikáció részének, ami hatást gyakorol valaki másra is, mint a kiindulópont, csak olyan kommunikációs aktusoknak a nyomait gyűjtöttük tehát, amelyekre volt reakció. Ha a legmagasabb közjogi méltóság mond valamit, tehát formálisan kétségkívül politikai kommunikációs tettet hajt végre, de nincsen rá reakció, vagyis nem válik további kommunikációs folyamatok tárgyává, akkor eltekintünk annak vizsgálatától, mert a kimondása pillanatát követően mintegy megsemmisült, hiszen csak az interakciók tartották volna életben, olyanok pedig nem indultak el vele kapcsolatban.

A kutatás által vállalt feladat a magyarországi politikai kommunikáció huszonöt éves történetének a megírása volt. Nem egy-egy jelenséget kellett tehát megragadni, hanem a politikai kommunikáció egészét. És nem valamilyen specifikus kutatási kérdés határozta meg azt, hogy mely évek adatait és történéseit kell áttekintnünk, hanem az időkeret volt adva, és azon belül lett a kutatás tárgyává minden, ami a politikai kommunikáció alá sorolható. További nehézséget okozott az, hogy nagyon hosszú korszakról van szó, ugyanolyan

¹ A kutatást és a publikálást az OTKA/NKFIA támogatta, nyilvántartási szám: 112323. Köszönjük továbbá Pál Gábor szakmai lektor munkáját és fontos javaslatait.

² A legfontosabbak az egy-egy korszakot bemutató három tanulmánygyűjtemény: Kiss 2016, 2017 és 2018, valamint az egész kutatást megalapozó elméleti tanulmányfüzér a *Politikatudományi Szemle* 2016-os első számában.

hosszúról, mint amilyen például a Horthy-rendszer fennállása. Mint lejjebb a szakirodalomról szóló két összefoglaló is jelzi, még nem készült olyan munka, amelyik egyetlen ország politikai kommunikációs viszonyainak több évtizedes történetét dolgozta volna fel. Ezért saját módszer együtttest kellett kialakítanunk, vagyis olyan módszereket kellett alkalmaznunk, amelyek a szemléletükben illeszkedtek egymáshoz és együttesen elvezettek a politikai kommunikáció leírásához. A hálózatelemzést és a társadalomszemiotikát hívtuk segítségül.³

A módszer

Ha van tárgy, amit többször meg kellett írni a kutatás során, az a módszer, hiszen a kötetek mindegyikében, a publikált tanulmányokban, valamint a konferencia előadásokon is el kellett igazítani a közönséget azzal kapcsolatban, hogyan jutott a kutatás éppen arra, amit a tanulmányok bemutatnak. Ezek a módszerleírások ugyanakkor néha keverték az eljárások bemutatását azzal, hogyan kell megragadni a politikai kommunikációs folyamatokat. Vagyis nemcsak az szerepelt bennük, hogy mi történt, hanem az is, hogy szerintünk egy ilyen kutatásban mi kell, hogy történjék.

A módszer itteni vázlata a történetek bemutatására korlátozódik. Bármennyire szép és teoretikusan alaposan végig gondolt elképzeléseink voltak annak idején, a valós kutatási és megírási folyamatok néhol eltértek a tervekben előírtaktól. Lássuk tehát, hogy hogyan folyt valóságosan a kutatás!

Események és hálózatok

Az előzetes elképzeléseknek megfelelően az elméleti és módszertani alapok tisztázását követően az empirikus vizsgálódást események kiválasztásával kezdtük, még 2015-ben. Olyan történéseket választottunk, amelyek a legnagyobb médiavihart keltették az első években, vagyis az 1990-től 1997 őszéig tartó időszakban. Három ilyen találtunk: a Csurka István 1992 augusztusában megjelent tanulmányának⁴ fogadtatását, az 1994-es választási kampányt, valamint az 1995. március 12-én meghirdetett Bokros-csomagot és a kapcsolatos médiavihart. A megszólalók lehetnek politikusok, pártok, a kormány, annak egyes tagjai, újságírók, mozgalmak, civil szervezetek, de lehetnek például olvasói leveleket író állampolgárok is. Azt a határt ugyanakkor meghúztuk, hogy csak magyarországi kommunikátorokkal foglalkoztunk, jóllehet a hivatkozottak köre kiterjedhetett külföldiekre is, tehát például más országok vagy az Európai Unió politikusaira, szervezeteire és sajtójára.

A fogadtatás anyagait a médiatájkép egészén kerestük és gyűjtöttük, vagyis a nyomtatott sajtóban, és pedig nemcsak a komolynak számító lapokban, hanem a bulvárban is, továbbá a televízióban és a rádióban. Az utóbbiak esetében a keresés felemás eredménnyel járt, mert a Magyar Televíziótól kapott anyagok kevésbé bizonyultak felhasználhatónak, s a rádiós dokumentumok is sok kívánnivalót hagytak maguk után.

A kutatócsoport, kiegészülve gyakornokokkal és érdeklődő egyetemi hallgatókkal, lekódolta a talált forrásanyagokat. Két kódolást hajtottunk végre.

Az első arra vonatkozott, hogy az egyes megszólalók mely más kommunikátorokra hivatkoztak. Az így kapott adatok vezettek el ahhoz, amit *hivatkozási hálózat*nak neveztünk el. A hálózat egyes tagjai között változó

³ Az előbbi az első kötetünkben (Kiss 2016), az utóbbi a másodikban (Kiss 2017) mutattuk be a legrészletesebben.

⁴ „Néhány gondolat a rendszerváltozás két esztendeje és az MDF új programja kapcsán”. *Magyar Fórum*, 1992. augusztus 20.

erősségű lehetett a kapcsolat: minél többször hivatkoztak egymásra, annál erősebb volt a kapcsolat, és annál valószínűbb volt az, hogy ugyanabba a közösségbe tartoznak.

A másik kódolás azt kívánta feltárni, hogy a megszólalók milyen *értelmezési keretben* tárgyalták az adott eseményt. Előbb néhány kutató átolvasa az egész összegyűjtött anyagot, és közösen kialakított 8–11 értelmezési irányt, a legsűrűbben alkalmazottakat, majd ezeknek a megszólalásokban való jelenlétét vizsgáltuk a kódolás során. Azt kerestük, hogy kik vagy mik alkalmazták ugyanazokat az értelmezési kereteket az adott eseményről szólva.

A kódolás szakmailag megbízhatónak bizonyult, így lehetővé vált az, hogy az eredményeképpen *hivatkozási és diszkurzív hálózatokat* rajzoljunk fel. A hálózatokat, mivel eseményenként kettő jött létre, ezért összesen hatot, egymásra vetítettük, hogy politikai protoközösségeket vázolhassunk fel. A politikai protoközösség olyan kommunikátorok, megszólalók közötti kapcsolatrendszereket foglalt magába, akik a hálózatelemzés módszerei szerint közelebb álltak egymáshoz, rövidebb volt közöttük a kapcsolódások útja, mint kommunikátorok egy másik csoportja és ököztük. Ezeket azért neveztük *protoközösségeknek*, mert a végső célunk az volt, hogy a hivatkozásoknak és az értelmezési irányok egybeesésének a feltérképezésével politikai közösségeket tudjunk meghatározni.

Az erőfeszítéseink nyomán négy protoközösség körvonalazódott a három esemény hivatkozási és értelmezési egybeeséseire alapozva. A négy protoközösség egyszerre volt ismerős, és nem minden újdonság nélküli is. Ismerős volt, mert egy baloldali, egy liberális, egy jobbközép és egy radikális közösség sejlett föl az adatokból, tehát nagyjából az a felosztás, amely amúgy is szokásos a magyar politikai életben. Ugyanakkor nemcsak azt mondhattuk ki, hogy a hálózat kutatás megbízhatósága és szisztematikus volta miatt biztosak lehetünk ennek a négy protoközösségnek a létezésében, vagyis nem kell benyomásokra és közhelyekre támaszkodnunk az 1990-t követő évek politikai kommunikációját illetően, hanem azt is, hogy valószínűleg nem két tábor volt akkortájt, mondjuk baloldal és jobboldal, hanem négy.

Szemiotikai konfigurációk és politikai közösségek

A protoközösségek definiálása még nem jelentette az út végét, sőt, tulajdonképpen ez még csak arra szolgált, hogy tudjuk, kiket és miket vizsgáljunk, kik és mik által indított és fenntartott kommunikációs folyamatokat elemezzünk. Nyitottnak kellett továbbá lennünk arra, hogy a kutatás során kiderül: a három esemény kapcsán egy-egy kommunikátort be kellett, hogy soroljunk egy meghatározott protoközösségbe, de a teljes időszak alatt kifejtett kommunikációs tevékenységének a sajátosságai mégsem oda sorolják, hanem egy másikba, vagy egy továbbiba. Például a Fidesznek nevezett politikai aktor kezdetben a liberális hálózat tagjának mutatkozott, míg később inkább a jobbközép részének.

A munka végső szakasza az egyes protoközösségek szemiotikai erőforrásainak a számbavétele volt. Ehhez a társadalomszemiotika elméletét és módszerét hívtuk segítségül.⁵ A társadalomszemiotika szerint az üzenetek, a jelentések továbbadására szolgáló jelek alkalmazása társadalmi csoportokhoz kötődik, olyannyira, hogy egy-egy jel specifikálhat egy-egy jelhasználó közösséget. Másképpen fogalmazva: a különböző társadalmi csoportok specifikus jelek, jel együttesek segítségével kommunikálnak, vagyis egy-egy jel együttes nagyon is utal arra, hogy melyik csoport állhat a kommunikáció mögött. Jel bármi lehet: szó, hang, testtartás, öltözet, mindaz, amit vagy a jelhasználó, vagy a jelértelmező annak tekint, akként kezel, értelmez.

A jeleket a társadalomszemiotika szemiotikai erőforrásnak (*semiotic resource*) nevezi. Kétféle értelemben is erőforrások, eszközök ezek. Egyrészt a közlő a maga üzenetének a továbbításához igénybe tudja venni ezeket az erőforrásokat, másrészt a befogadó is ezeknek az erőforrásoknak a segítségével tud következtetni az

⁵ Itt főleg Theo Van Leeuwen és Gunther Kress munkáira támaszkodtunk: Kress-Van Leeuwen 1996, Van Leeuwen 2005.

észleltek jelentésére. A dolog érdekessége az, hogy a közlő nemcsak valamilyen referenciális, tartalmi üzenetet ad át a szemiotikai erőforrások használatával, hanem egyben azt is jelzi, hogy mely közösséghez tartozik, ugyanis annak a specifikus szemiotikai erőforrásait alkalmazza. Hasonlóképpen: a befogadó nemcsak arról értesül a szemiotikai erőforrások segítségével, hogy mit akarhatott közölni a kommunikátor, hanem arról is, hogy melyik közösséghez tartozhatott az illető.

Egy példán illusztrálva és ki is élezve a dolgot: amennyiben 2015-től kezdve Magyarországon valaki a migráns szót használta, akkor nemcsak azokról az emberekről kommunikált, akik Európába, a magyar határra érkeztek, hanem arra is számítani kellett, hogy saját politikai hovatartozásáról is közöl valamit, tudniillik azt, hogy feltehetőleg a kormány barátja, mert a jobboldal vonatkozó szóhasználatát követi. Amennyiben viszont valaki hasonló kommunikációs helyzetben a menekült szót használta, akkor szinte automatikusan a kormánykritikus, az ellenzéki politikai közösségbe sorolódott. Nemcsak a kommunikátortól függ tehát az, hogy mi az üzenetének a jelentése, hanem attól is, és elsősorban attól, hogy a befogadó megteszi-e az éles elválasztást migráns és menekült között, éspedig rávetítve erre a kormánybarát – kormányellenfél felosztást. A befogadó a megszólalást hallva valószínűleg várta is azt, hogy vajon melyik metaforát fogja hallani, a migránst vagy a menekültet, s amikor meghallotta a szót, rögtön tudta, melyik táborba sorolja a beszélőt, és mit tartson a mondanivalójáról általában is. Míg tehát a beszélő számára abban erőforrás a szó és a többi szemiotikai erőforrás, hogy segít önmaga kifejezésében, a befogadó számára abban, hogy segít megérteni az üzenetet, éspedig több szinten is.

Mármost ezt a felfogást követve arra jutunk, hogy a használt szemiotikai erőforrások regisztrálása segítségével nemcsak azt tudhatjuk meg, hogy milyen eszközök voltak használatban a magyar politikai kommunikációban, hanem azt is, hogy milyen politikai közösségek jöttek létre a kommunikáció által. Ezt úgy fogalmaztuk meg, hogy amennyiben meg tudjuk határozni a szemiotikai erőforrások specifikus konfigurációit, konstellációit, együttjárásait, akkor ezzel egyben kommunikációs közösségeket, politikai közösségeket is el tudunk különíteni. A szemiotikai konfigurációk alatt rendszeresen, visszatérően együtt használt erőforrások csoportjait értettük. Amennyiben bizonyos szemiotikai erőforrások rendszeresen és visszatérően együtt voltak használatban, akkor konfigurációt alkottak, s mivel a szemiotikai erőforrás alkalmazása mindig utal a használók közösségi összetartozására is, ezért a szemiotikai konfiguráció mögött politikai közösség is felsejlik.

Nekiláttunk tehát annak, hogy a protoközösségekbe sorolt politikai szereplők nyilvános kommunikációját felderítsük, vagyis regisztráljuk az általuk sűrűn, visszatérően alkalmazott szemiotikai erőforrásokat. Ehhez át kellett tekintenünk az adott protoközösségbe tartozó politikusok, pártok, médiumok, mozgalmak és állampolgárok kommunikációját, továbbra is többé-kevésbé eseményekhez kötődően. Felosztottuk a protoközösségeket, egy-egy kutató vagy kisebb kutató csoport egy-egy ilyen közösség kommunikációs tevékenységét próbálta nyomon követni, megint minden számba jöhető médium anyagain, de csak a nyilvános megnyilvánulásokat vizsgálva.

Valahányszor azt találtuk, hogy egy-egy szemiotikai erőforrás, tehát egy-egy szó, logika, érvelési mód, preferált csatorna, fontosnak tekintett előmozdítandó ügy, fémjelző személy, látványelem, stílusfordulat stb. visszatérően megjelent a kommunikációban, akkor ezekre külön is adatgyűjtést folytattunk. Ennek az volt az értelme, hogy lássuk, vajon tényleg ezek-e a legfontosabb szemiotikai erőforrások, vagy csak egy-egy rövid időszakban voltak intenzív használatban.

A szemiotikai arzenál dimenziói

Azt előre feltételeztük, hogy ötféle szemiotikai erőforrással lesz dolgunk: aktorokkal, ügyekkel, metaforákkal és diskurzusokkal, csatornákkal és egyéb modalitásokkal, ezen belül elsősorban vizuális eszközökkel.

Ezek közül az első és legfontosabb, az *aktorok* köre. Aktor alatt olyan politikai szereplőket értettünk, amelyek cselekvőknek minősültek a megszólalásokban. Az aktor általában politikus, politikai szervezet, esetleg médium, de mint kommunikációs létező. Azt értjük ezen, hogy egy politikus aktor nem hús-vér személy, hanem konstruktum, a kommunikáció konstruálja napról napra, pontosabban csak akkortól és addig létezik, és csak abban a formában, azzal a tartalommal létezik, amikortól és ameddig és ahogyan a politikai kommunikáció élte. Ahogyan fentebb szó volt róla: bármennyire erőlködik is egy politikus, hogy a szava messze hangozzék, és komoly tényezőként tartsák számon, sőt bármilyen magas legyen is a közjogi méltósága, amennyiben senki nem kommunikál vele kapcsolatban, akkor addig, amíg ez a semmibe vétel fennáll, a politikus valójában és kommunikációs értelemben nem létezik. Megfordítva: valaki annak ellenére válhat politikai aktorrá, hogy nem akar az lenni, de a tágabb nyilvánosság elkezd róla ebben az értelemben kommunikálni.

Hasonlókat mondhatunk az *ügyekről* is, melyek a második erőforráscsoportot alkották. Az ügy talán legértetesebb példája a környezetvédelem, mely hosszú ideig valóban egy-egy politikai párt, politikai közösség összetartó ügye volt. Egy ügy attól konstitutív egy politikai közösséget illetően, hogy az adott közösség rendszeresen kommunikál vele kapcsolatban, vagy ha bárki más veti fel az ügyet, a magát ügybirtokosnak tekintő politikai közösség nem hagyja azt reakció nélkül. Egy ügy kommunikációja verbális vagy nem verbális, például vizuális metaforákkal, diskurzusokkal és egyéb fajtájú cselekvésekkel történt.

Egy-egy politikai közösséget specifikálhat a nyilvánosságban az állampolgárok és a többi politikai szereplő számára a szóhasználat és az, hogy egy-egy kérdésben milyen érvelési módokat alkalmaz. Ez a *metaforák* és *diskurzusok* dimenziója. A két aspektus összefügg, ugyanis egy-egy diskurzus metaforákból épül fel, egy-egy metafora pedig szerepelhet ugyan önállóan, de jobbra együtt ismétlődik másokkal a kommunikációban, tehát valamiképpen diskurzussá áll össze velük.

A metafora – mint közismert – valaminek a jelentését, tulajdonságait valami másra viszi át. Például a nemzet szó metafora, mert nagyon sok egyéni és közösségi élményt, mentális lenyomatot, cselekvést, érzést, kézzelfogható tárgyat képes helyettesíteni, vagyis ezek egyik körének a jelentését és tulajdonságait, tapasztalatait átvinni egy másik körükre. Ha a jobboldal és csak a jobboldal használja hangsúlyosan a nemzet szót, akkor a szó a jobboldali politikai közösség metaforájává is válik. Hasonló a helyzet a diskurzussal: amennyiben egy-egy visszatérően alkalmazott okfejtést, logikát, kihüvelykezhető szisztematikus tudást jellemzően csak az egyik politikai közösség alkalmazza, akkor annak a szemiotikai erőforrásává válik. Például amennyiben csak a baloldali közösség ismételteti azt, hogy a politika ne váljék ideológiai, hatalmi harccá, akkor ez a politikaleírás, a politikáról szóló ilyen tartalmú fejtegetés specifikusan baloldali diskurzussá válik.

Használhattuk volna a szimbólum, a toposz vagy a logika fogalmát is, de tartottuk magunkat a társadalomszemiotika terminológiájához. Azért tettük ezt, mert nem abból indultunk ki, hogy a metaforák és diskurzusok mögött volna valamilyen objektív, a jelvilágtól független valóság, amelyik rövidebb-hosszabb távon szabályozza a jelentésüket és a jelhasználatot is. A társadalomszemiotika szerint nemcsak az aktorok és az ügyek konstruktumok, hanem a szavak és diskurzusok is: folyamatos konstrukciós erőfeszítések pillanatnyi eredményei.

A *csatornák* szintén jellemezhetik az adott politikai közösséget, az tehát, hogy egy-egy időszakban az átfogó magyar politikai közösség vagy annak részközösségei mely csatornákat veszik a legszívesebben igénybe, s hogy gyanúba kerül-e egy politikai szereplő akkor, ha nem a korábban megszokott csatornáján, médiájában tűnik fel, hanem egy olyanban, amelyik a közfelfogás szerint egy másik politikai közösséghez tartozik. Van ezzel egyidejűleg a csatornának egy ennél semlegesebb értelme is: az a fórum, platform, tér, ahol a politikai kommunikáció zajlik.

Végül a szemiotikai erőforrásoknak van egy további köre, amelyet egyéb modalitásoknak nevezünk. Ebbe olyan eszközök tartoznak, mint például a vizuális kommunikáció, vagy a stílusok. A korszakokat bemutató kötetekben rendszeresen írtunk különböző stíluselemekről és más modalitásokról, de végül csak a *látványvilág*ról szóló kutatásainkat találtuk elég erősnek ahhoz, hogy a jelen kötetben is szerepeljen az összefoglalójuk.

Jellemző az akár a magyar politikai közösségre, akár egyes részeire, hogy milyen látványt nyújt: férfiak látszanak-e kizárólag vagy nők is, fiatalok-e vagy idősebbek, egyetlen politikus uralja-e a vizualitást vagy több személy is ott mozog az előtérben, milyen a színvilág, a formavilág, például milyenek a logók és hogyan változnak.

A politikai kommunikáció története

Az esemény – hálózat – szemiotikai konfiguráció hármasságnak csak az első éveket illetően tudtunk teljesen megfelelni. Az 1997-től 2006-ig tartó időszak feltárását is események meghatározásával és a vonatkozó médiaanyagok összegyűjtésével kezdtük, most már kiterjesztve a kört az online világra is, de a kódolás a többszöri próbálkozás ellenére nem sikerült, nem tudtunk elfogadhatóan magas egyezést elérni a kódolók között, elmaradtunk az elvárt *Intervoder Reliability Coefficient*-től. Szerencsére ez nem akadályozta meg azt, hogy az első korszakra kialakult és a társadalomszemiotikai vizsgálódások által is megerősített négy politikai közösséget vegyük alapul a további kutatásokhoz.

Mindezek nyomán elkészült a további két korszak leírása, és elérkeztünk a huszonöt év áttekintéséhez, vagyis a jelen kötet megírásához. Ennek célja az volt, hogy hosszú távú tendenciákat állapítsunk meg, tehát immár ne politikai közösségenként haladjunk, hanem dimenzióként. A már elvégzett kutatásokra alapozva azt vizsgáltuk, hogy mely aktorok voltak tartósan, lehetőleg huszonöt éven át fontosak a politikai kommunikációs folyamatokban; mely ügyekkel foglalkoztak visszatérően a szereplők; mely metaforák és diskurzusok tűntek fel nagy hangsúllyal a nyilvánosságban; mely csatornák alkották a nyilvánosságot, képezték a politikai kommunikáció infrastruktúráját; és hogy mely visszatérő látványelemekkel, vizuális megoldásokkal találkozott a magyar állampolgár a negyedszázad alatt. Hogyan változtak ezek a készletek, milyen típusok alakultak ki, milyen konstrukciós módok és alkalmazási irányok bizonyultak tartósnak vagy visszatérőnek.

A politikai kommunikáció története tehát végül is a kommunikációs arzenál története, ez azonban nem meglepő, hiszen a választott megközelítésünk, a társadalomszemiotika a saját feladatát a szemiotikai erőforrások összegyűjtésében és ezek elemzésében határozza meg. Az eszközkészlet bemutatása azonban nem pusztán aktorok, ügyek, metaforák, diskurzusok, csatornák és látványelemek felsorolása, hanem ezek tipizálása is, valamint annak az ismertetése, hogy milyen módon volt szokás egy-egy szemiotikai erőforrás csoportot, például egy-egy aktort vagy ügyet megkonstruálni a magyar politikai kommunikáció 25 éve alatt. Nemcsak arról nyújtanak tehát leírást az alábbi fejezetek, hogy melyek voltak az alkalmazott kommunikációs eszközök, amelyek közül a mindenkor politikai szereplő választhatott, hanem arról is, hogy milyen módon próbálkozhatott egy-egy szemiotikai erőforrás megkonstruálásával akkor, ha jelentéseket akart közölni, ha hatni akart a közönségére.

A kötet felépítése

A jelen Bevezetést két olyan tanulmány követi, amelyek a külföldi és a hazai szakirodalmat ismerteti. Mindkettőnek az a kérdése, hogy a szakírók hogyan ragadták meg a politikai kommunikáció történetét. A két áttekintés szerzői releváns szempontok alapján csoportosítják a munkákat, és így adnak képet a területről – ez teljesen új vállalkozás a hazai irodalomban.

A kötet további része a magyarországi politikai kommunikáció huszonöt éves tendenciáiról szól. Ahogyan feljebb utaltam rá, a társadalomszemiotika jegyében szemiotikai erőforrások regiszterét adja ez a hosszú rész, de nem pusztán felsorolást, hanem az egyes erőforráscsoportokon belül kirajzolódó tendenciákat, típusokat, alkalmazásokat és konstruálási módokat is láthatja az olvasó.

A szemiotikai erőforrásokat az említett öt csoportba sorolva mutatjuk be.

Először a politikai élet *aktorainak* a köre szerepel, azok a politikusok, szervezetek, intézmények és médiumok, amelyek a leginkább voltak jelen a hazai politikai kommunikációban, cselekvőként megjelenve fémjeltek politikai irányzatokat, politikai közösségeket az állampolgárok számára. Mint a következő részben, itt is konstruktumokkal van dolgunk, vagyis kevésbé azzal, hogy egy-egy politikus vagy szervezet például milyen közjogi helyzetben volt, hanem azzal, hogy a nyilvánosság hogyan konstruálta meg őket. Látjuk az aktorkészlet változásainak a tendenciáit, az aktorok felépítésének a módjait, és az aktorok főbb típusait.

Ez a konstrukcióközpontú megközelítés érvényesül a második csoportnak, az *ügyeknek* a bemutatásában is. Olyan ügyeket írunk le, mint például a korrupció elleni küzdelem, az euro-atlanti integráció vagy a Kádár-rendszer bírálata, továbbá ismertetjük, hogy mi jellemzi a magyar politikai kommunikáció ügykészletét, annak huszonöt éves változásait, a főbb ügýtípusokat és ügykonstrukciós módokat.

A harmadik szemiotikai erőforrás-csoport a *metaforáké* és a *diskurzusoké*. Mely szavakat és érvelési módokat alkalmazták visszatérően a magyar politika szereplői a huszonöt év alatt? Megint adunk készletváltozási tendenciákat és metafora- és diskurzusfunkciókat a fejezetben.

A negyedik téma a *csatornáké*, és ez némileg eltér a másik négytől. A politikai kommunikációban a csatorna nemcsak szemiotikai erőforrás, hanem közvetítő közeg is, és bár minket elsősorban az előbbi érdekelt, részletesen írunk a magyar médiatájkép negyedszázad alatti átalakulásáról általában is.

Nyugodtan állíthatjuk, hogy az ötödik fejezet teljesen unikális Magyarországon. Még senki nem készített szisztematikus áttekintést a magyar politika *látványvilágáról*. Az említett három kötet mindegyikében volt leírás az adott időszak és az adott politikai közösség vizuális kommunikációjáról, s most ezeket a leírásokat foglaljuk össze. Megint olvasható a tendenciákon túl néhány további általános összefüggés a látványelemekről.

Mint látható lesz, a *hivatkozásokat* illetően a fejezetek eltérnek egymástól. A két szakirodalmi összefoglalónak eddig nem voltak előképei a korábbi köteteinkben, ezért ezek teljes mértékben kielégítik a forrásmegjelölés szakmai követelményeit. Félig-meddig hasonló megfontolásból a csatornákról szóló fejezet is gazdagon el van látva hivatkozásokkal, ugyanis – mint az imént szó volt róla – nem egyszerűen összefoglalja a korábbi korszakleírások csatornákról szóló részeit, hanem a csatornák, mint kommunikációs infrastruktúra huszonötéves történetéről új áttekintést ad. A jelen Bevezetés és a további négy dimenzió fejezet (Aktorok, Ügyek, Metaforák és diskurzusok, Látványvilág) kifejezetten és szinte kizárólag összefoglaló jellegű, vagyis az állításait a korábbi kötetekben olvasható vonatkozó anyagok alapozzák meg, ezért az alátámasztó források és hivatkozások azokban találhatók. Látni érdemes, hogy erre a kötetre fokozottan érvényes az, amivel a forrásfeltüntetést illetően a korábbiakban is küzdöttünk. Hatalmas mennyiségű anyagot dolgoztunk fel, ezért az egyes megállapításaink adatolásához százával lehetett és talán kellett volna említenünk forrásokat, ha az lett volna a cél, hogy minden olvasót megnyugtassunk a megbízhatóság és visszakereshetőség tekintetében. Ez azonban túlságosan megnövelte volna az egyes kötetek terjedelmét – talán elég arra utalni, hogy az 1997-től 2006-ig tartó korszakot bemutató kötetünk majdnem ötszázötven oldalán összesen vagy háromezer lábjegyzet található, nem egy közülük tucatnyi forrást jelöl meg. Ennél sokkal többre lett volna szükség a jelen kötet huszonötéves időtávjának adatolásához! Ezért inkább a hivatkozások elhagyása mellett döntöttünk, mert így rövidebb lett a kötet és bizonyára könnyebben is olvasható.

Hivatkozások

Kiss Balázs szerk. (2016) *Politikai kommunikáció Magyarországon, 1990–1997. Tanulmányok egy korszak kommunikációs jellegzetességeiről*, MTA TK

Kiss Balázs szerk. (2017) *A polarizációs évei. Politikai kommunikáció Magyarországon, 1997–2006*. MTA TK

Kiss Balázs szerk. (2019) *A centralizáció évei. Politikai kommunikáció Magyarországon, 2006–2015*. MTA TK

Kress, Gunther and Theo van Leeuwen (1996): *Reading images: the grammar of visual design*. London - New York: Routledge.

Van Leeuwen, Theo (2005): *Introducing Social Semiotics*. Routledge, London, New York.

A politikai kommunikáció története a külföldi szakirodalomban

Bene Márton – Nábelek Fruzsina

„Napjainkban majdnem minden, aminek köze van a politikai kommunikációhoz, változóban van”¹ – írja Stephen Coleman és Jay Blumler a 2009-ben megjelent könyvében (43. o.). A politikai kommunikáció a politika egyik legdinamikusabb területe, a társadalmi, technológiai és politikai változások itt csapódnak le először. Ennek oka, hogy a politikai kommunikáció általában hatni akar a környezetére: a megszólalók mindig az adott szituációból akarják a lehető legnagyobb, már rövidtávon is megtérülő hasznot kihozni. Ezért folyamatosan illeszkedik a megváltozó helyzethez, miközben az illeszkedésen keresztül maga is megerősíti, felgyorsítja, vagy éppen előidézi a változásoknak. Ez teszi különösen dinamikus területté a politikai kommunikációt. E dinamizmus természetesen nem terjed ki mindenre, folyamatosságok is jelen vannak a politikai kommunikációban: a szóbeli meggyőzés művészetének, a retorikának egyes elvei például évezredek óta érvényesek és tovább élnek. Jelen fejezet célja, hogy bemutassa a politikai kommunikációban az elmúlt évszázadban végbement trendeket, változásokat. A terület legmagasabban jegyzett kutatói időről-időre megkísérlik történeti metszetbe helyezni a politikai kommunikációt, szintetizálni a kutatási eredményeket, a jelen fejezet pedig ezekre a munkákra alapozva próbálja felvázolni a politikai kommunikáció közelmúltbeli változásait.

A politikai kommunikáció történetét író kutatóknak nincs könnyű dolga. Az empirikus kutatások általában csak egy-egy tendencia feltárására és leírására vállalkoznak, a különböző, nehezen operacionalizálható, hosszabb időtávon, különböző szférákban zajló trendek egymásra vetítésére, az okozati láncolatok kibogozására ritkán történik kísérlet. Emiatt a szakirodalomban gyakran alkalmazott eszköz, hogy a változásokat az -izáció főnévképző használatával írják le (pl. individualizáció, perszonalizáció, mediatizáció), mely elnevezés segítségével homályban hagyható, hogy mi az ok és mi az okozat, hiszen e fogalmak csak magára a változásra fókuszálnak (Schulz, 2014).

További kérdést jelent, hogy az időben lezajló átalakulásokat milyen módon érdemes megközelíteni. Schulz (2014) szerint az irodalomban kétféle létezik: az egyik trendekről, a másik szakaszokról beszél.

A változásokat *trendnek* tekintő kutatók leírják a folyamatot, annak jellemzőit, de nem szükséges meghatározniuk a kezdetet, a végpontot, a vezető erőt és a fejlődés más elemeit. Ilyen munka készülhet egyetlen trendre fókuszálva (pl. Negrine – Lilleker, 2002; Plasser – Plasser, 2002), egy szférára vonatkozó trendcsoport alaposabb feltárását célozva (Lilleker, 2014), de lehetséges a politikai kommunikáció egészét jellemző főbb trendek együttes leírása is (Schulz, 2014).

A *szakaszokat* alkalmazó megközelítés a változásokat strukturálja is, kezdőpontokat és fordulópontokat különböztet meg, a különböző változások között erősebb összefüggést, kapcsolódást teremt. Ez is történhet speciálisan egy-egy szférára fókuszálva (pl. Strömbäck, 2008; Norris, 2000), de a politikai kommunikáció egészére vonatkoztatva is (Blumler – Kavanagh, 1999). Az utóbbi megközelítés nyilvánvaló előnye, hogy könnyen interpretálható, a korszakok megnevezése illusztratív, ugyanakkor egyes szerzők szerint a felosztás gyakran önkényes, leegyszerűsítő, túlságosan hangsúlyozza a változásokat és háttérbe szorítja a folyamatosságokat (Negrine – Lilleker, 2002).

A trend-megközelítés előnye a korszakolással szemben, hogy kevésbé homogenizál: ha trendekről beszélünk, akkor nem azt állítjuk, hogy nincsenek jelen a trendekkel ellentétes jelenségek, nincsenek jelen folyamatosságok vagy kontextustól függő eltérések. Mindössze annyit állít, hogy bizonyos változások hangsúlyosabbak, mint az azokkal ellentétes jelenségek.

¹ „Almost everything to do with political communication seems to be in flux these days.”

A politikai kommunikáció újkori változásait felvázoló áttekintésben mind korszakolást, mind pedig trendleírást alkalmazó munkákat felhasználunk. Ez az áttekintés azonban két okból is csak vázlatos összefoglalást nyújthat. Először is azért, mert a történeti áttekintő munkák szintén általában meglévő empirikus kutatások szintetizálásából, nem pedig empirikus vizsgálatokból származnak. Többségében tehát nem politikaikommunikáció-történeti kutatásokról van szó, amelyek ezen a területen – a kommunikációkutatással ellentétben (lásd pl.: Barnhurst – Nerone, 2001) – amúgy sem nagyon léteznek, hanem a különböző korszakokban folyó politikai kommunikációval foglalkozó kutatások szintéziséről, átfogóbb reflexiókról, és más területek által felhalmozott tudások bevonásáról. Másodszor pedig azért vázlatos az összefoglaló, mert – a szakirodalomhoz hasonlóan – általában beszélünk a politikai kommunikáció nyugati világban megfigyelhető változásairól, ez pedig értelemszerűen leegyszerűsítés, hiszen homályban hagyja a különböző társadalmak, országok közötti eltéréseket és csak a hasonlóságokat domborítja ki. Az áttekintés a politikai kommunikációnak csak a 20. illetve 21. századi történetére vonatkozó munkákkal foglalkozik.

A fejezet első része a politikai kommunikáció változásait alakító, a szakirodalom által kiemelt legfontosabb társadalmi és technikai trendeket tekinti át röviden. Ezt követően a politikai kommunikáció történetének főbb szakaszolásait mutatjuk be. A legfontosabb átalakulásokat a három főbb aktorcsoporthoz, a média, az állampolgárok és a politikai szereplők szintjén tárgyaljuk. Bár a változás többek között épp annak a lehetőségét számolta fel, hogy a politikai kommunikációt ennek a három aktorcsoporthoz a kommunikációs tevékenysége révén határozzuk meg (Blumler, 2016), mégis mivel a terület kutatását fél évszázadon keresztül ez a szemlélet dominálta, és a kutatások és interpretációk jelentős része is jól behatárolhatóan e csoportok egyikére irányul, ezért az áttekintést is eszerint tagoljuk. A fejezet végén ugyanakkor kitérünk néhány olyan trendre is, amelyik átnyúlik ezeken az aktorcsoportokon. Bár áttekintésünk törekszik arra, hogy még ha vázlatosan is, de átfogóan mutassa be a legfontosabb változásokat, a szakirodalom egészét nem tudja lefedni. Azokat emeljük ki elsősorban, amelyek a hasonló áttekintésekben szintén gyakran megjelennek.

A politikai kommunikáció változásaira ható társadalmi és technikai változások

A politikai kommunikáció dinamikáját tehát elsősorban a politikai informálódásban és annak hatásaiban végbemenő változások határozzák meg, melyek elsősorban társadalmi és technikai átalakulásokkal függenek össze. A társadalmi változásokra inkább a fokozatosság a jellemző, míg a technikai változások gyorsabban és radikálisabban mennek végbe, még akkor is, ha ezek is függenek egyéb társadalmi és politikai hatásoktól. A technikai változások ezért nagy hangsúlyt kapnak a korszakolásokban, az egyes korszakok szakaszhatáráiként könnyebben kijelölhetők, mint a lassabb és fokozatosabb társadalmi változások.

A technikai változások ugyanakkor a társadalmi valóságba mélyen beágyazottak, nem attól függetlenül jelennek meg. Egy technika megjelenése, elterjedése jelentős társadalmi változásokat képes előidézni, de ez társadalmi-politikai folyamatok függvénye is. A politikai kommunikációval kapcsolatban a szakirodalom a kommunikációtechnika fejlődésére fókuszál. A médiafejlődés története Negrine és Papathanassopoulos (2011) szerint lényegében abban áll, hogy egyre több információ, egyre nagyobb kör számára és egyre olcsóbban termelhető. Mindez kiegészül a szinkronitás és az interaktivitás lehetőségeinek, valamint az alkalmazható modalitások számának a bővülésével is.

A tömegkommunikációt kezdetben a nyomtatott sajtó formájában az aszinkron, egyirányú, felülről-lefelé jellegű, főként textuális kommunikáció dominálta. Az 1920-as évektől elterjedő rádió és az 1950-es évektől domináns kommunikációs csatornává váló televízió lehetővé tette a szinkronitást, azaz a közlés és a befo-

adás egyidejűségét, az auditív, majd a vizuális kommunikációt. A kábeles és műholdas technológiák elterjedése a '70-es évektől a csatornák megsokszorozódásával járt együtt, a televíziókészülékek elérhetőbbé válása pedig a fogyasztás individualizációjához vezetett, hiszen az egy háztartásra jutó készülékek számának növekedésével már a háztartáson belül sem kell alkalmazkodni senkihez a nézni kívánt műsorok kiválasztásakor (Gurevitch *et al.*, 2009).

A '90-es évektől az internet elterjedése a szinkronitáson túllépve az interaktivitás lehetőségeit is folyamatosan bővítette. A ma már havi 100 millió feletti látogatót elérő hírportálok (Yahoo! News, Google News, The Huffington Post)² nemcsak informálni képesek, hanem a korábbi eszközökhöz képest jóval nagyobb „visz-szaszólási” lehetőséget is biztosítanak a közönségnek, kezdetben a komment szekciókon, később pedig a különböző közösségi média eszközökön keresztül. Az internet történetében további jelentős változást hozott az az új évezred első éveiben lezajlott változás, a web 1.0 korszakából a web 2.0 korszakába lépés (lásd: O'Reilly, 2005), melynek lényege, hogy az információfogyasztásnál jóval nagyobb hangsúly kerül a felhasználói aktivitásra és interakciókra, ennek a középpontjában pedig a közösségi média platformok állnak. A közösségi média az állampolgári kommunikáció és tartalomlétrehozás új, nagy elérésre is képes csatornájává továbbá a politikai tájékozódás kitüntetett terepévé vált. Újabb fejleményként az okostelefonoknak köszönhetően az internetes politikai tájékozódás helyhez kötöttsége is megszűnt, bárhol és bármikor olvashatunk politikai híreket, információkat és használhatjuk az interakciós lehetőségeket.

Társadalmi trendek

A politikai kommunikáció történetének mindmáig legnagyobb hatású korszakolását megíró Jay Blumler és Dennis Kavanagh (1999) a tanulmánya elején röviden összefoglalta azokat a 20. század során végbemenő társadalmi trendeket, amelyek a politikai kommunikációban bekövetkező változások mögött meghúzódhatnak.

Az első ilyen trend a *modernizáció*, amely növekvő társadalmi differencializálódást illetve specializációt, valamint az élet minden területén (szervezetek, érdekek, identitások, életstílusok, morális álláspontok) végbemenő fokozatos fragmentációt foglal magába.

A második fontos társadalmi tendencia az *individualizáció*, mely azt foglalja magába, hogy erősödnek a személyes aspirációk, és gyengül a kötődés a hagyományos és a meglévő intézményekhez. Ennek része, felerősítője a fogyasztói kultúra, a fogyasztóvá válás trendje, amely hat a politikához való viszonyulásban is.

A *szekularizáció* trendje alatt a szerzők azt értik, hogy a politika elveszíti speciális, „felszentelt” státuszának. Csökken a bizalom a politikában és az elitben, gyengül a politikai szereplők presztízse és az azonosulás a pártokkal. Megváltoztak a politikai szereplők tekintélyével kapcsolatos nyilvános attitűdök, a tőlük érkező üzenetekre már nem figyelnek oda automatikusan és nem is fogadják el őket.

Az *ökonómizáció* tendenciájának lényege, hogy nő a gazdasági tényezők hatása, korábban autonóm szférák is alárendelődnek a gazdaságnak.

A szerzők kiemelik az *esztétizáció* trendjét is, amely szerint a kultúrában egyre nagyobb szerepet tölt be a stílus, a kép, a prezentálás módja és az ízlés. Ez az a pont, ahol metszi egymást a populáris és a politikai kultúra.

A *racionalizáció* trendje alatt a szerzőpáros azt érti, hogy a szervezetek minden szintjén felértékelődik a pragmatizmus, a szisztematikusan gyűjtött bizonyítékokra támaszkodó vita.

A hetedik társadalmi trend a *mediatizáció*. A média a társadalmi folyamatok középpontjába kerül, és ezzel összefüggésben felértékelődnek a kommunikációs szakértők és a kommunikációs funkciók (Blumler –

² <http://www.ebizmba.com/articles/news-websites> letöltve: 2018. 09. 19

Kavanagh, 1999:210–211). A fogalom a 2000-es évek után ennél bővebb jelentéssel szerepelt a politikaikommunikáció-kutatásokban (lásd pl.: Strömbäck, 2008).

Blumler az 1999-es cikk után 10 évvel, Stephen Colemanmal közösen írt könyvében a politikai kommunikáció változásainak számbavételekor ezek közül már csak a modernizációt, az individualizációt és a szekuralizációt tárgyalja, tehát feltehetően ezt a három társadalmi trendet tartják a legfontosabbnak a korábban felsoroltak közül (Coleman – Blumer, 2009:46–47). Winfried Schulz szintén kiemeli a szekuralizáció jelentőségét, megemlíti viszont olyan társadalmi makrotrendeket is, mint a demokratizáció, a globalizáció és a kommercializáció, amelyek hozzájárultak a nemzetek feletti nyilvánosságok és médiakonszernek, valamint a globális kereskedelmi médialogika létrejöttéhez (Schulz, 2014). Mazzoleni és Schulz (1999), Blumler és Kavanagh munkájával egy számban megjelenő cikkében az iskolázottság növekedését emeli ki, amely lehetővé teszi a pártokról való lekapcsolódást. Azt állítják, hogy a képzettebb rétegek tartós lojalítások és csoportkötődések helyett információkra alapozzák politikai cselekvéseiket. Schulz egy későbbi, 2014-es cikkében már megkérdőjelezi korábbi feltételezésüket, hiszen a rendelkezésre álló empirikus eredmények nem támasztották alá a magasabb iskolai végzettség és az információk alapján történő döntés kapcsolatát, bár azt is hozzáteszi, hogy ilyen vizsgálatok csak az Egyesült Államokból állnak rendelkezésre.

Összességében tehát ezek a trendek abba az irányba mutatnak, hogy a társadalmi tér töredezik, a politikához való viszonyulás elszakad a társadalmi struktúrától és identitástól, az állampolgárok politikai viselkedése pedig labilisabbá, rugalmasabbá, kritikusabbá válik. A társadalmi konszenzus fragmentálódik (Blumler – Kavanagh, 1999:211), a társadalom tradicionális aggregatív struktúrái feloldódnak (Swanson – Mancini, 1996:8), a politikai aréna pedig „féktelenné, kiszámíthatatlanabbá, strukturálatlanabbá” válik (Blumler – Kavanagh, 1999:211).

A politikai kommunikáció három korszaka

A politikai kommunikáció változásainak jelentős része levezethető a fenti társadalmi és technikai trendekből. Elsőként azt vizsgáljuk meg, hogy a változásokat miként rendezi korszakok alá a szakirodalom.

A politikai kommunikáció nemzetközi szakirodalmából az elsősorban az amerikai és nyugat-európai politikai kommunikáció történetére vonatkozó korszakolást végrehajtó két munka emelkedik ki. Az első Jay Blumler és Dennis Kavanagh (1999) nevéhez fűződik, akik a politikai kommunikáció harmadik korszakáról írt tanulmányukban foglalják össze a második világháború óta eltelt időszak három megkülönböztetett időszakának jellemzőit. A másik sokat hivatkozott munka szerzője Pippa Norris (2000), aki valójában nem a politikai kommunikáció történetét, hanem a politikai kampányok történetét korszakolja a 19. századtól a könyve lezárásáig eltelt időszakban. A kampány a politikai kommunikációnak csak egy, de talán a legfontosabb megjelenési területe. A két korszakolás egymás mellé állítását az is indokolja, hogy nagyon hasonlóan írják le a 20. századi történetet; a három-három korszak lényegében megfeleltethető egymásnak.

Bár az első korszak tartalmi jellemzőiben a két munka között nincs különbség, a történeti elhelyezésben eltérnek egymástól. A premodern kampányt Norris a 19. század közepétől az 1950-es évekig tartó időszakra teszi, míg Blumler és Kavanagh a második világháborút követő két évtizedet rendeli a „pártok aranykoraként” jellemzett első korszakhoz. Abban azonban közös a két munka, hogy mindketten a következő szakasz kezdetét a televízió domináns médiummá válásához kötik.

Az *első korszak*ban a választók stabil törésvonalak mentén oszlanak meg, így a tartós pártidentifikáció és az intézményekbe vetett magas bizalom biztos hátteret nyújt a politikai rendszer számára. A pártok nagy hoz-

zaférést élveznek a tömegmédiához, a kommunikációjuk elsősorban közvetlenül vagy a pártos sajtó közvetítésével jut el a választókhoz, az üzeneteik szubsztantívák, azaz a lényegi, tartalmi elemekre koncentrálnak.³ A lényegi, tartalmi üzenetek hatása azonban mégis csekély, hiszen a szavazók jelentős része tartós, csoportalapú lojalitás alapján választ pártot (Blumler – Kavanagh, 1999:211–212). Ennek megfelelően a kampány rövid, elsősorban helyi szinten zajlik, és a jelöltek, a hozzájuk kötődő pártaktivisták és a választók közötti személyes kapcsolatokra fókuszál, célja pedig a választók mobilizálása, annak a biztosítása, hogy a párt hagyományos tábora részt vegyen a választáson (Norris, 2000:141–142).

A *második időszak* legfontosabb fejleménye mindkét korszakolás szerint a televízió domináns médiummá válása, valamint a pártlojalitás gyengülése, ezért a kezdet a 60-as évekre esik. A végpont Norris munkájában a 80-as évek vége, Blumler és Kavanagh viszont nem határoz meg ilyet, ugyanakkor a harmadik korszak kezdetét ők is a csatornák megsokszorozódásához kötik, ami a televízió 80-as évek végi deregulációjához kapcsolható, tehát megegyezik Norriséval.

Ebben az időszakban a televíziók általában közszolgálati rendszerben és korlátozott számú csatornával működtek. Tömegelérésük minden korábbinál nagyobb volt, híradásaikon keresztül olyanokat is bekapcsoltak a politikai információk hatókörébe, akiket a korábbi pártos média nem tudott elérni. A politikai tudósításoknak jogilag rögzített keretei voltak, melyek fontos eleme a pártfüggetlenség és a kiegyensúlyozott tájékoztatás elve, így a pártos szavazók szelektivitása is csökkent, azaz már nem biztos, hogy a párthovatartozás alapján választottak hírforrást. Az állampolgárok egyre inkább leváltak a hagyományos politikai identitásokról, nőtt a választói volatilitás, így felértékelődött a politikai kommunikáció jelentősége.

A pártoknak a második korszakban keményen kellett dolgozniuk, hogy hatást tudjanak gyakorolni a hírekre, a politikai napirendre, amit elsősorban a média logikájához alkalmazkodó új formátumok, úgynevezett pseudo-események alkalmazásával igyekeztek elérni. A média figyelmére számot tartó, megfelelően időzített események szervezésének célja az esti fő műsoridőben leadott TV-híradóba való bekerülés volt, aminek fontosságát növelte, hogy kevés csatorna működött, fizetett politikai hirdetések leadására pedig a legtöbb országban nem volt lehetőség. A választói volatilitás növekedése és a TV-híradóba kerülés elsődleges céljá válása a kommunikációs stratégiák és a fizetett kommunikációs szakértők megjelenését, felértékelődését idézte elő. Ezzel összefüggésben a kampány során az országos elem került előtérbe, és a megelőző korszakhoz képest a kampányidőszak időben is kiterjedtebbé, intenzívebbé és költségesebbé vált. (Blumler – Kavanagh, 1999:212–213; Norris, 2000:142–147)

A *harmadik korszakot* mindkét munka az írásuk megjelenésének időszakába helyezi, kezdőpontot viszont csak Norris határoz meg. A „posztmodern kampány” kezdetét a ’90-es évekre teszi, de a hasonló szempontok és leírás miatt ez minden bizonnyal egybeesik Blumler és Kavanagh harmadik korszakával.

Ennek az időszaknak a legfontosabb jellemzője a kommunikációs csatornák megsokszorozódása, és a média mindenütt jelenvalóvá válása, ami megnyilvánul a sajtótermékek számának növekedésében, a kábel- és kábeltelevíziózás és az internet elterjedésében. A verseny a média működését és ezzel együtt a politikát is felgyorsítja, a politikai kommunikációt az azonnali reakció kényszere jellemzi. A politikai aktorok professzionalizálódnak, külön szakértők foglalkoznak a médiatudósítások befolyásolásával, a folyamatos híráramlás kezelésével.

Mindeközben a média egyre ellenségesebben közelít a politikához. A folyamatos verseny a politikáról történő tudósítást is megváltoztatja, már nincsen „bérelt helye” a politikai tartalmaknak. Ezért sokszor populárisabb, közönség-barát „köntösbe” bújtatják azt, ez pedig az infotainment megjelenéséhez és a bulvárosodás megerősödéséhez vezet. Blumler és Kavanagh szerint megfigyelhető, hogy a növekvő versenyben „nyomás helyeződik a politikai újságírás hagyományos normáira”, az eladhatóság érdekében az újságírás szívesen

³ Norris (2000) az eltérő korszakhatárokból is adódóan a pártos sajtó mellett a politikai kampányok másodlagos médiumaiként a rádiót és a moziban lejátszott filmhíradókat emeli ki.

emeli ki a botrányokat és a „könnyű híreket” a politikai eseményekről szóló tudósítás rovására. Mind a médiában, mind a politikában erősödik az elitellenesség, mindkettő egyre populistábbá válik.

Emiatt a politikai szereplők igyekeznek kihasználni az olyan lehetőségeket is, amikor a média interpretálása nélkül szólhatnak a választókhoz. Norris szerint emiatt a harmadik vagy posztmodern kampányolás korszaka bizonyos értelemben visszatérést jelent a premodern korszak eszközeihez: újra divatba jönnek az olyan hagyományos kommunikációs eszközök, mint a plakátok, a nagygyűlések és beszélgetések, a saját írások megjelentetése, és új jelenséggént a politikai szereplők internetes jelenléte, mivel ez lehetőséget nyújt a választókkal való közvetlen és interaktív kommunikációra. A médiacsatornák megnövekedett száma miatt fragmentáltabbá váló közönség centrifugálissá teszi a korábban a TV híradó dominálta centripetális politikai kommunikációs folyamatot, és a politikai napirendek megsokszorozódása megy végbe (Blumler – Kavanagh, 1999:213–225, Norris, 2000:147–149).

Jay Blumler (2016a) az elmúlt években felvetette, hogy elérkezett a politikai kommunikáció *negyedik korszaka* is. Ez az internetes eszközök használatának rohamos elterjedésével függ össze, ami tovább fokozta a harmadik korszak információbőségét. Ennek köszönhetően „kétfejű” (*bifurcated*) kommunikációs rendszer jött létre, amelynek az egyik szintje a továbbra is létező intézményes kommunikáció, a másik szintje pedig egy alulról szerveződő, nem hivatalos (*grassroots*), de egyre nagyobb láthatóságra és jelentőségre szert tevő kommunikáció. A nagy kérdés, hogy a két szint hogyan függ össze egymással, miben hasonlítanak, miben különböznek és hogyan hatnak egymásra.

Blumler (2016b) szerint az új éra egyik fő jellemzője, hogy a politikai kommunikáció elszakad a politikai- és médiaelit által uralt kommunikációtól, amelyben a közönség nagy része az üzenetek egyszerű befogadjaként jelenik meg. A horizontálisan egyre kiterjedtebbé váló, alulról szerveződő kommunikáció és a továbbra is létező intézményes, vertikális kommunikáció politikai hatása között azonban továbbra is jelentős különbség áll fenn, ami feszültséget teremthet az informális „önképviselő” és a hagyományos politikai képviselő között (Blumler, 2016b:13–14). A politikai kommunikáció negyedik korszakára vonatkozóan azonban egyelőre a fentihez hasonló feltételezésekkel élhetünk csak, a korszak jellemzőinek részletes kidolgozása még várat magára.

Trendek a politikai kommunikációban

A korszakok bemutatása után azokat a trendeket tekintjük át, amelyek a társadalmi és technikai változások hatására végbementek, és a korszakok elkülönítésénél is szerepet játszottak. Az első lépésben a partikulárisabb, egy-egy aktorcsoporthoz tartozó trendeket mutatjuk be, a második lépésben pedig az aktorcsoporthoz tartozó tendenciákat és a változásokat átfogóbb értelmezési keretekbe helyező trend-koncepciókat vázoljuk fel.

Média

A társadalmi és technikai változások a politikai informálódás kínálati oldalára, a média működés módjára is hatást gyakorolnak. Az ezen a téren bekövetkező technikai átalakulások következtében az állampolgárok egyre több helyről és egyre többféle módon tudnak információhoz jutni. Mint láttuk, ezt a szerzők különösen a televízió csatornák számának növekedésével és az internet megjelenésével hozzák összefüggésbe: míg korábban a közönség figyelmének nagy részét kisszámú csatorna kötötte le (tévécsatornák, rádiócsatornák, nagyobb napilapok), addig a '90-es évektől a csatornák száma megsokszorozódott. Ez a folyamat a figyelemért folytatott verseny élesedéséhez vezetett, ami – ahogyan Schulz (2014) kiemeli – elősegítette a média kommercializálódását is, a kettő együtt a csatornák jelentős részét a profitmaximalizálás felé mozdította el.

A szerzők egyet értenek abban, hogy a közönség figyelméért folytatott növekvő piaci verseny a politikaitól elszakadó, önálló médialogiká(ka)t hozott létre. E logikák szerint a csatornák működését már nem politikai vagy éppen normatív, közszolgálati szempontok, hanem a figyelemmaximalizálás célja vezérli (Mazzoleni – Schulz, 1999).

Az erősödő verseny a média politikához való viszonyulását is átalakította. Erre hívják fel a figyelmet az olyan fogalmak, mint az „infotainment”, a „politainment” vagy a politikai *talk show*, amelyekkel a nemzetközi szakirodalom arra utal, hogy hibrid műfajok alakultak ki (Brants – Voltmer, 2011). A változások lényege ebben az esetben az, hogy a figyelem megszerzéséért folytatott küzdelemben a politikai híradásoknak nem pusztán más politikai tartalmakkal kell versenyezniük a közönségért, hanem szórakoztató tartalmakkal is, mivel a választék megsokszorozódása következtében a médiafogyasztó könnyebben kerülheti el a politikaiakat. Emiatt a médiamunkások a politikai tartalmakat is egyre inkább a piaci haszon szemüvegén keresztül nézik, és csak azokkal a témákkal foglalkoznak, amelyek képesek a közönség figyelmét felkelteni és az érdeklődést fenntartani (Coleman – Blumler, 2009) – ideértve a közönség azon részét is, amelyik szórakozási céllal fogyasztja a médiumot. A politika „felszentelt” volta megkérdőjeleződik, politikai tartalom immár nem önjögon kerül be a médiába, hanem az alapján választódik ki, hogy mennyire szolgálja az adott médium céljait (Blumler – Kavanagh, 1999).

Az új műfajok megjelenése mellett nagy figyelmet kap a politikai tartalmak prezentálásának módja is. A szakirodalomban általánosan elfogadott megállapítás, hogy az érdeklődés kiváltása érdekében a médiatermék a politikát leegyszerűsítve, történetként, dramaturgiai elemekkel átszőve prezentálja, amiben központi szerepet kapnak a tartalom helyett a szereplők (perszonalizáció), a motivációk, a kudarcok, a botrányok és a hibák (Gurevitch *et al.*, 2009). Jellemző, hogy a politika pedig egyfajta „lóversenyként”, stratégiai játékként kerül prezentálásra (Gurveritch *et al.*, 2009), ezért a képe egyre negatívabb, ami többek között a médiumok közötti versennyel függ össze, mert a negatív üzenetek az emberekből erősebb reakciókat váltanak ki, így nagyobb figyelemre tarthatnak számot (Soroka – McAdams, 2015). A szórakoztatás igénye, a perszonalizáció és a negativitás egyaránt hozzájárul a privát és a nyilvános határainak elmosódásához, a politika tabloidizációjához és popularizációhoz.

Egyes szerzők ugyanakkor felhívják arra is a figyelmet, hogy a növekvő verseny a médiumok közönségképét is megváltoztatta. Míg korábban a médiumok a nyilvánosság jelentős részét megszólítani képes csatornáknak és tartalmaknak gondolkodtak, a növekvő csatornakinálat felszámolta az integrált közösség képet, a tömegekhez szóló kommunikációt a piaci szegmentáció, a specifikus közönségek megszólítása váltja fel (Chaffe – Metzger, 2001). Több szerző szerint (Bennett – Iyengar, 2008; Papathanassopoulos – Negrine, 2015) ez ráadásul öngerjesztő folyamatot indít el: mivel a megnövelt kínálatban a fogyasztó könnyen tud olyan médiumot találni, amelyik kifejezetten az ő igényeire szabott tartalmakat kínál, tovább csökken a vonzereje az olyan csatornáknak, amelyek az általános tömeget célozzák meg. Az objektív, középutas megközelítés így nem lesz cél, a pártos elfogultság immár nem pusztán politikai vonzalom kérdése, sokkal inkább piaci stratégia (Bennett – Iyengar, 2008).

Az internetes hírportálok és keresőszolgáltatások szintén elősegítik a szelektív tájékozódást, a közönség a hagyományos médiumoknál megszokott módon szelektál a hírek között (Garrett, 2009), ezt pedig tovább erősíti, hogy a kereső és hírgyűjtő oldalak perszonalizált tartalmakat kínálnak a felhasználónak. E változások hatására megfigyelhető, hogy a politikai kommunikációs kutatásokban újra nagyobb figyelmet kap a szelektív kitettség jelensége (Garrett *et al.*, 2012).

Ezzel egy időben a politikai újságírás és a politikusok és újságírók közötti viszony is átalakult. Az objektivitás korábbi normatív ideája helyébe a posztobjektivitás, a tárgyilagosságra törekvő újságírás helyébe pedig az interpretatív újságírás lép (Wilke – Reinemann, 2001; Schulz, 2014). Az interpretatív újságírás következménye, hogy az újságírók személye a korábbiaknál jóval inkább előtérbe kerül: empirikus kutatások bizonyítják, hogy a kampányokban többet szerepelnek saját véleményeikkel, mint a politikusok (Coleman–Blumler, 2009:68).

A '60-as évektől emellett az újságírói szerepfelfogást a „kritikai professzionalizmus” jellemzi. A kritikusabb szerepfelfogás térhódítása összefügg az újságírók iskolázottságának a növekedésével is, aminek a következtében a korábbinál jobban értenek a különböző témákhoz (Esser, 2013:169). A másik ok sokak szerint a stratégiai kommunikáció professzionalizálódása. A politikai szereplők különböző kommunikációs technikák alkalmazásával próbálnak kedvező médiavisszhangot elérni, ám erre reagálva az újságírók ellenségesebb, leleplezőbb szerepet vesznek fel a politikusokkal szemben, hogy meg tudják őrizni a szakmai autonómiájukat és a hírek feletti kontrollt (Zaller, 2001). Empirikus eredmények azt mutatják, hogy a korábban együttműködésként jellemezhető politikus – újságíró viszony egyre ellenségesebbé vált, a bizalmatlanság spirálja (Brants *et al.*, 2010) jellemzi, ennek pedig jól látható következménye a politika stratégiai játékként való keregetése és a negativitás erősödése a politikai tartalmakban (Zaller, 2001). A viszony megváltozását több szerző negatív jelenségnek értékeli: e tendenciák a „médiakór” elmélet megfogalmazói szerint hozzájárulnak a választók politikai szereplőkbe és intézményekbe vetett bizalmának csökkenéséhez és a politikától való távolmaradásukhoz (Lang–Lang, 1996, Robinson, 1976, Patterson, 1993, 2002; Putnam, 1995, Capella–Jamieson, 1997, Bennett *et al.*, 1999). Mások ezzel szemben úgy látják, hogy a sajtó kritikus szerepfelfogása fokozza a választók érdeklődését és figyelmét, ezáltal mobilizáló hatással bír (Newton, 1999; Norris, 2000; Schmitt-Beck, 2016; Strömback *et al.*, 2016).

A televíziózáshoz köthető változások után a közösségi média térnyerése is nagy figyelmet kap. A közösségi oldalak kezdetben főként az állampolgárok egymás közötti kapcsolódására helyezték a hangsúlyt, de miután e társas hálózatok egyre inkább kiépültek, az oldalak is egyre médiaszerűbbé váltak. A felhasználók tartalomtermelésére és az ezekkel történő interakciókra került az elsődleges hangsúly, az oldalak pedig egyre inkább a felhasználók kapcsolatai által közzétett tartalmakat megjelenítő hírvonalak köré épültek (Ellison – boyd, 2013). Ezek a hírvonalak a politikai tájékozódás fontos platformjaivá válnak az állampolgárok számára. Vitatott ugyanakkor, hogy a közösségi média pusztán újabb csatornát jelent, amely leírható az eddig használt elméletek módosításával (Holbert *et al.*, 2010; Garrett *et al.*, 2012), vagy a politikai kommunikáció olyan mélységű változását okozza, amely új elméletek kidolgozását kívánja meg (Benett – Iyengar, 2008). Habár a közösségi média különbözik a hagyományos médiától abban, hogy nem állít elő saját tartalmat, hanem csak a terepet biztosítja a felhasználók által létrehozott és terjesztett tartalmak számára, e platformok semleges aktoroknak sem tekinthetők. A platform üzemeltetői többféle módon is hatást gyakorolnak arra, hogy mi kik számára és hogyan legyen látható.

A közösségi média emellett nemcsak új szereplő, hanem jelentős hatással van a hagyományos médiára is: a kettő működési logikája jelentősen különbözik (Klinger – Svensson, 2015). A legfontosabb eltérés a tartalomterjesztés dimenziójában jelenik meg: míg az utóbbi az adott médium központi csatornáit rendszeresen követő fix közönségben gondolkodik, a közösségi média terjesztési logikája a viralitás, azaz a tartalmak megosztásokon keresztüli áramlása. Ahogy Chadwick (2013) felhívja rá a figyelmet, napjaink médiarendszerében keverednek a régi és új médialogikák, azok egyes elemeit ötvöző hibrid működési módok terjednek el. A hagyományos médiatermékek egyre fontosabb csatornának tekintik a közösségi oldalakat: olvasóik jelentős részét immár nem közvetlenül a saját platformjaikon keresztül érik el, hanem a fogyasztók meghatározó hányadát a közösségi oldalakon terjedő tartalmaikra rákattintó felhasználók teszik ki. Ezért nem hagyhatják figyelmen kívül a viralitás logikáját: nem elég az, hogy felkeltsék a közönség figyelmét, arra is törekedniük kell, hogy az állampolgárok a saját online hálózataikban kommunikáljanak a tartalmaikról, az újságírók így nemcsak létrehozók, de promóterek is kell, hogy legyenek (Tandoc – Vos, 2016). Ugyanakkor az is tény, hogy bár a felhasználók sokféleképpen hozhatnak létre tartalmat, a közösségi oldalakon áramló politikai anyagok jelentős része még mindig a professzionális médiától származik (Singer, 2014).

Jelentősen visszaszorult a média kapuőri szerepe (Kenski – Jamieson, 2017), ami elsősorban az álhírek terjedése okán kap figyelmet a szakirodalomban. A közösségi média révén, a viralitás logikáját kihasználva a korábbinál jóval szélesebb nyilvánosságot tudnak elérni olyan tartalmak, melyek nem professzionális médiatermékeken keresztül jelennek meg, és így a dezinformáció jobban érvényesülhet (Bennett – Segerberg, 2018; Van Aelst *et al.*, 2017). Egyes politikai erők ráadásul komoly anyagi erőforrások alkalmazásával tudatosan

használják ki, hogy a közösségi oldalakon könnyű hamis információt és híreket széles körben terjeszteni (Kim *et al.*, 2018). Ennek kapcsán Tandoc és szerzőtársai (2018) a „fake news” definíciójának megváltozására hívják fel a figyelmet. Míg korábban álhírek alatt a szakirodalom bizonyos jól leírható műfajokat értett, mint a hír-paródiát, a politikai satírárt vagy a propaganda híreket, manapság a tudatosan félrevezető, a közösségi médiában gyorsan terjedő hamis tartalmakat értjük alatta (2018:138).

Állampolgárok

A társadalmi trendek egyik leginkább tárgyalt következménye a politikához viszonyulásnak és a politikai identitásoknak a megváltozása. A szakirodalomban elfogadott megállapítás, hogy a hagyományos identitások elhalványulása az ezekhez kapcsolódó hagyományos pártkötődések lazulásával (Dalton, 2000) és nagyobb választói volatilitással (Drummond, 2006) jár együtt. Ahogy a társadalmi világ egyre személyközpontúbbá válik, és a fogyasztás hangsúlya a személyes életstílusra kerül, úgy a politikai identitások is egyre inkább perszonalizálódnak: az egyének magukat kevésbé egy homogén kollektívum részeként képzelik el, inkább a saját egyéni identitásuk kifejeződését elősegítő politikai szereplőkhöz kapcsolódnak (lásd: Bennett, 2012). Több szerző is kiemeli (Gurevitch *et al.*, 2009, Schmitt *et al.*, 2018), hogy miközben az állampolgárokat komoly kihívás elé állítja a modern információözön, az eligazodást nagyban segíti a csatornabőség és a kommunikációs eszközök fejlődése, éspedig azzal, hogy kiterjeszti az egyéni kontrollt is (Chaffee – Metzger, 2001). Ennek következtében lehetséges a saját nézetekkel egyező politikai tartalmak fogyasztása (*selective exposure*) vagy a politikai tartalmak teljes elkerülése is, ami mérsékeli a politikai kommunikáció hatását (Bennett – Iyengar, 2008). Ez azonban azzal jár, hogy a „tömegek” ízléskultúrákra bomlanak szét (Chaffee – Metzger, 2001). A televízió primátusa idején jellemző közös politikai tömegélmények a növekvő információs kontroll következtében megfogyatkoznak, a politikai tapasztalatok perszonalizálódnak, a különböző történések pedig mindenkire személyre szabott, egyéni módon jutnak el (Kenski – Jamieson, 2014). Bennett és Iyengar (2008) ezt a folyamatot a tömegtársadalomból a személyesen mediált társadalomba való átmenetként írja le. Más szerzők szerint a szelektivitás érvényesül ugyan, de a hatása nem ennyire jelentős, a médiafogyasztók éppen a hibrid műfajok és a politikára reflektáló tartalmak megjelenése miatt találkozhatnak a szórakoztató tartalmak fogyasztásakor is politikával (Holbert *et al.*, 2010).

A hagyományos aggregatív struktúrák – társadalmi osztályok, rétegek – felbomlása (lásd: Swanson–Mancini, 1996:8–10) kapcsán egyes szerzők amellet érvelnek, hogy a kommunikáció felértékelődik a politikai folyamatokban. Míg korábban a pártok és a politikusok a választók jelentős részének a támogatását a meglévő aggregatív struktúrákra támaszkodva szerezték meg, újabban maguk kénytelenek létrehozni az állampolgárok sokaságát integrálni képes mechanizmusokat.

A kommunikáció felértékelődésének másik aspektusa, hogy az állampolgárokat a korábbinál könnyebb meggyőzni. Mivel politikai döntéseiket egyre kevésbé alapozzák a társadalomban elfoglalt helyükre, pártválasztásukban pedig rugalmasabbak lettek, így viselkedésük alakulásában egyre nagyobb szerepet játszanak a politikai információk (Negrine – Papathanassopoulos, 2011). A politika szekuralizálódása miatt azonban kritikusabban, bizalmatlanabban és szkeptikusabban is viszonyulnak a politikához (lásd: Norris, 1999), ami szükségessé teszi a kifinomultabb politikai kommunikációs technikák alkalmazását.

Míg a korábbi kutatások elsősorban a politikai szereplők és a média kommunikációjára és ezek hatásaira koncentráltak, a maiak felértékelik az állampolgárok kommunikációját. Valaha a választók a nyilvános kommunikációnak csak a közönségét képezték, az állampolgári kommunikáció a magánszférában zajlott és fejtett ki hatást (lásd: Lazarsfeld *et al.*, 1944), az internet beemelte azt a nyilvánosságba. Ez kezdetben anonim fórumokon, online hírekhez fűzött kommentárokból mutatkozott meg, újabban a közösségi média gazdag audiovizuális eszköztárat, nagyobb nyilvánosságot és változatos interakciós lehetőségeket kínál fel a számára. Az állampolgári kommunikáció nemcsak könnyebbé vált, hanem a viralitás okán megnőtt a jelentősége is, ugyanis képes az egyes politikai tartalmaknak további nyilvánosságot szerezni. Mivel pedig ennek kiváltása fontos stratégiai célja a politikai kommunikációnak, ezért az online politikai diskurzus sajátosságainak és

különösen a részvételre gyakorolt hatásainak a vizsgálata mellett (lásd pl. Brundidge, 2010; Eveland – Hively, 2009; Gibson – Cantijoch, 2013; Papacharissi, 2004; Wojcieszak – Mutz, 2009) egyre több kutatót érdekelnek az állampolgárok napirend-formáló lehetőségei (Hindman, 2009; Garrett *et al.*, 2018).

A közösségi média az állampolgárok számára nemcsak kommunikációs eszköz, hanem fontos tájékozási forrás is, ami a kutatások szerint több szempontból is különbözik a hagyományos forrásoktól. Jóval nagyobb diverzitás jellemzi, mint a professzionális médiából vagy az offline társas hálózatokból történő információ-fogyasztást (Bakshy *et al.*, 2015; Barnidge, 2017). Ennek oka, hogy a közösségi oldalakon a politikai információkkal a felhasználók a leggyakrabban véletlenül találkozhatnak, így kevésbé érvényesülhet a politikai alapú szelektivitás (Valeriani – Vaccari, 2016). A másik ok, hogy mivel e közösségi oldalak átfogják a felhasználók offline ismerősi körének jelentős részét, ezáltal pedig jóval több gyenge kapcsolatot tartalmaznak, az ismerősök kiválasztásában pedig ritkán játszanak szerepet politikai szempontok, ezért e hálózatok meglehetősen heterogének (Diehl *et al.*, 2016). Az ismerősök által közvetített politikai tartalmak nagy hatóerővel bírnak (Bond *et al.*, 2012; Anspach, 2017). Ezzel szemben mások szerint a politikai szelektivitás csökkenése nem jelenti azt, hogy másmilyen ne érvényesülne: e platformokon más típusú hírek terjedhetnek jobban, mint a hagyományosokon (Bastos, 2015), és az információbefogadás- és feldolgozás módja is jelentősen eltérhet (Boczkowski *et al.*, 2018).

Politikai szereplők

Az állampolgároknál végbemenő változások tehát felértékeltek a pártok és politikusok kommunikációját (Papathanassopoulos – Negrine, 2015). A politikai szereplők azonban számos új kihívással szembesülnek, melyek közül a legnagyobb az, hogy nő a politikai kommunikáció releváns aktorainak a száma. Az aktorok megsokszorozódása azzal jár, hogy elvész a politikai üzenetek megfogalmazása feletti monopólium. A politikai információforrások tere egyre zsúfoltabb, így a politikusok számára egyre nagyobb „kihívás hallhatónak lenni” („*to be heard is a challenge*”) (Lilleker, 2014:21). Bár az internet segítségével a politikai szereplők közvetlenül, a hagyományos média szűrőjét megkerülve is elérhetik a választókat (Norris, 2000), a szakirodalom arra is figyelmeztet, hogy az aktorok megsokszorozódása a politikai szereplők saját üzeneteik feletti kontrolljuk elvesztésével is járt (Brants – Voltmer, 2011). Minden egyes kommunikáció sokszereplős nyilvános térbe torkollik, ahol a különböző aktorok saját szándékaik és működési logikájuk alapján interpretálhatják, torzíthatják, szelektálhatják vagy egészíthetik ki azokat. Ahogy Gurevitch és szerzőtársai is megjegyzik, a digitális médianak alapvető jellemzője az interaktivitás. A digitális szöveg sohasem befejezett, az azt kidolgozó politikai szereplőnek figyelembe kell venniük megnyilatkozásuk későbbi módosulásait, interpretációit is (Gurevitch *et al.*, 2009). Emellett ahogy a korábbiakban láthattuk, a politika elveszítette a nyilvánosságban korábban élvezett „védett” szerepét, a szereplőknek már nemcsak a politikáról növekvő számban kommunikáló aktorral kell versengeniük a figyelemért, hanem minden nem politikai jellegű kommunikációval is (Coleman – Blumler, 2009:54).

A rendelkezésre álló csatornák folyamatos bővülése emellett egyszerre nagy lehetőség és komoly kihívás is a politikai szereplők számára. Ez ugyanis olyan kommunikációt igényel, amely figyelembe veszi a különböző csatornák sajátosságait. Gurevitch összefoglalásában: a politikusoknak „multidimenzionális impressziómenedzsmentet” (Gurevitch *et al.*, 2009:173) kell folytatniuk: olyan imázst kell kialakítaniuk, amely minden platformon megállja a helyét.

A kommunikáció felértékelődésére, valamint a hallhatóság, a kontroll és a multidimenzionalitás kihívására a politikai szereplők a kommunikációjuk professzionalizálásával válaszolnak. Professzionalizálódás alatt a szakirodalom olyan folyamatot ért, melynek során a politikai szereplők tudatosan alkalmazkodni próbálnak a változó kommunikációs környezethez és a stratégiai kommunikációjukat az átalakult viszonyok között is sikerre próbálják vinni (Blumler – Kavanagh, 1999; Farrell, 1996; Gibson – Römmele, 2009; Norris, 2000). Olyan hosszú távú folyamatként fogható fel, melynek elemei a korábbi korszakokban is jelen voltak (Negrine – Lilleker, 2002), akkor azonban a stratégiai kommunikáció sikeres működtetése kevesebb kommunikációs

szakértelmet kívánt meg. A média önálló politikai ágenssé válása és az aktorok megsokszorozódása tovább erősítette a professzionalizáció tendenciáját, ugyanis egyre nagyobb szakértelem szükséges a sikeres kommunikációhoz. A professzionalizálódás legmarkánsabb jegye a külső kommunikációs szakértők, stratégiák, valamint a közvéleménykutatások növekvő jelentősége.

A politikai kommunikáció felértékelődése és professzionalizációja megváltoztatta a pártok működését is, ami érinti a pártok szervezeti fejlődését is. Az egységes kommunikáció centralizált pártszervezetet kíván, és ennek része az is, hogy megnő a politikai vezető szerepe (Gibson – Römmele, 2001; Negrine – Papathanassopoulos, 2011). Ez utóbbi összefügg a perszonalizáció médiában megfigyelhető tendenciájával is azáltal, hogy a párt arculatát, politikáját elsősorban a vezető jeleníti meg. A professzionalizáció így a pártszervezet centralizációján túl hatással van a jelöltek és vezetők kiválasztására is, mert fontossá válik a politikai eladhatósága a médiában. Mindeközben a tagság leértékelődik (Norris, 2000), a külső szakértők egyre fontosabbá válnak a párt működésében is.

A politikai kommunikáció történetét szakaszokra osztó munkák a professzionalizáció kérdését rendszerszinten közelítik meg, ennek kritikájaként azonban a szakirodalomban megjelenik a jelenség pártközpontú vizsgálata. Gibson és Römmele (2001) elismeri, hogy a kontextuális tényezők, így a választási rendszer, a kampányfinanszírozás és a kampányolás szabályozása vagy a politikai kultúra, hatással vannak a kampánykommunikáció fejlődésére, ugyanakkor hangsúlyozza, hogy a pártok nem „elszenvedői,” hanem aktív mozgatói a professzionalizációnak. A pártközpontú megközelítés szerint a kontextuális tényezők mellett a saját szervezetükben a politikai szereplők döntése az, hogy milyen kommunikációs technikákat és eszközöket használnak, illetve hogy hogyan választják meg a kampánystratégiájukat, figyelembe véve azt is, hogy az új megoldások milyen mértékben illeszkednek az adott párt működéséhez és szavazóbázisához.

Mint láthattuk, a közösségi média az újabb csatornája a választókkal való kommunikációnak. A segítségével a politikai szereplők ki tudnak építeni saját követői táborát, melynek tagjai folyamatosan találkozhatnak a politikus által közzétett tartalmakkal, továbbá a viralitás logikáját kihasználva a követők reakcióin keresztül a közösségi oldal felhasználóinak szélesebb köréhez is képesek lehetnek eljutni. A politikai szereplők tehát már nemcsak a média, hanem az állampolgárok reakcióinak a kiváltásán keresztül is érhetnek el jelentős választói rétegeket – ráadásul olyanokat is, akik kevésbé fogyasztanak hagyományos médiatermékeket. Elviekben a közösségi média révén a politikai szereplők interakciót folytathatnak a választóikkal, de az empirikus kutatások szerint ez ritkán fordul elő, a politikusok elsődlegesen politikai információ közlésére használják a platformokat (Stromer – Galley, 2014).

A politikusok kommunikációjára azonban más tekintetben is jelentős hatást gyakorolt a web 2.0 és a közösségi média elterjedése. Az új információs közegben temérdek adat érhető el a választók jellemzőiről és viselkedéséről, az ezek feldolgozására alkalmas technikai infrastruktúra kiépülése pedig lehetővé tette, hogy a kampányok egyre inkább adatvezéreltté váljanak (Bimber, 2014; Kreiss, 2016). Az online hirdetési lehetőségek miatt a politikai üzenetek láthatóságát kifinomult adatok alapján pontosan meghatározott választói csoportokra optimalizálhatják. Sokak szerint egyre kevésbé a politikai szakértők megérzései vezérlik a politikai stratégiákat, üzeneteket és cselekvéseket, sokkal inkább a valós felhasználói adatokra támaszkodó modellek és predikciók (Bimber, 2014). Egyesek azonban arra is figyelmeztetnek, hogy az adatokra támaszkodás korántsem játszik annyira fontos szerepet, mint azt sokan állítják: bár valóban megnőtt a szerepük a kampányban, nem vették át az uralmat a hagyományos kampánystratégiák felett (Baldwin – Philippi, 2017). Fontos megemlíteni, hogy jóllehet az adatokra épített politikai kampány jóval könnyebben kivitelezhető az adatvédelmet kevésbé szabályozó amerikai környezetben, mint az ezt a kérdést szigorúbban kezelő európai országokban, de az empirikus eredmények európai kontextusban is az ilyen kampányok terjedését mutatják (Anstead, 2017).

Aktor csoportokon átnyúló trendek

A politikai kommunikáció változásaival foglalkozó szerzők olyan trendekről is beszámolnak, melyek túlnyúlnak egy-egy aktor csoporton. Ilyen trendeknek tekinthetjük a mediatizációt, a marketing elterjedését, a politikai láthatóság kiterjesztését és a tömegkommunikáció felszámolódását.

A politika *mediatizációja* arra utal, hogy mivel a média egyre nagyobb szerepet játszik a társadalomnak a politikáról való informálásában, a működési logikájában pedig egyre függetlenebbé válik a politikáétól, ezért arra kényszeríti a politikai szereplőket, hogy saját viselkedésüket is a médialogikához igazítsák, sőt interiorizálják azt (Strömbäck, 2008). A politika mediatizációja tehát a nyugati társadalmakban megfigyelhető, nem szükségszerűen egyirányú és lineáris folyamat, amely megváltoztatja a politika működési logikáját.

Strömbäck a folyamat kibontakozásának négy fázisát különíti el: az első fázisban a média domináns információforrássá válik, a másodikban a működési logikája elválnak a politikai logikától. A harmadik fázisban a politikusok folyamatosan igazodnak a médialogikához többek között a kommunikációjuk tartalmában, nyelvezetében vagy időzítésében. A negyedik fázis legfontosabb vonása pedig az, hogy elmosódik a határ a médialogika és a politikai logika között, és a médialogika integrálódik a politikai működésbe.

A politika *marketingesedésének* a tendenciája is megváltoztatja a politikai szereplők működését és kommunikációját, ez azonban elsősorban a társadalmi változásokkal függ össze.

A 20. század egyik fontos társadalmi tendenciája a fogyasztói kultúra erősödése. Az állampolgár is egyre nehezebben különíthető el a fogyasztótól, a fogyasztói szemlélet a politikához való viszonyulásban is teret nyer (Lilleker, 2014), s ez azzal a következménnyel jár, hogy a politika is fogyasztónak tekinti az állampolgárokat, a politikai szereplők a fogyasztók meggyőzésének eszközeit, a marketingben bevett technikákat alkalmazzák a politikai kommunikációban is. Ez a változás a politika választóról alkotott képét is megváltoztatja: míg a normatív ideál a közösségi érdeket szem előtt tartó racionális állampolgárt feltételez, addig a politikai fogyasztót felfestő konstrukció szerint a választó önző és érzelem által vezérelt (Lilleker, 2014).

A politika marketingesedését egyes szerzők szakaszolható folyamatként írják le: a termékorientált időszakban a politikai szereplők a választóknak „politikai termékeket” (programok, személyek) kínálnak fel, és a hangsúly is a „termék” bemutatásán van, és pedig abban a reményben, hogy a választó magától megtalálja a terméket. Az eladás-orientált (*sales-oriented*) korszak jellemzője, hogy a politikai szereplő a „politikai termék” eladására helyezi a hangsúlyt, arra törekszik, hogy ne csak felkínáljon valamit, hanem meg is győzze a választókat. A harmadik korszakot a piaci orientáció jellemzi, ahol már magát a „terméket” is a fogyasztó igényeihez szabják: a politikai szereplők különböző eszközökkel feltárják a választók szükségleteit, vágyait, majd mindezek alapján létrehozzák a „politikai terméket” (Cwalina *et al.*, 2011, a brit Munkáspárt példáján keresztül pedig lásd, Lees-Marshment, 2001).

Fontos átfogó tendencia a politika *láthatóságának* radikális kiterjesztése. Stephen Coleman (2011) ír arról, hogy a demokrácia előtt a hatalom gyakorlása láthatatlan volt, a hatalom felmutatása viszont látványos ceremóniák keretében történt. A reprezentáltak előtt így a hatalom szimbolikus formában jelent meg, miközben a gyakorlása rejtve maradt előttük (2011:46). A képviseleti demokrácia megjelenésével fontos lett a hatalom munkájának láthatósága, ezt a láthatóságot pedig a politikai szereplők is megpróbálták befolyásolni, menedzselni. Napjainkban viszont radikálisan kiterjedt a hatalom láthatósága. Ezt elősegíti a technikai fejlődés, melynek köszönhetően a politikai szereplők minden pillanata dokumentálható, az állampolgári kommunikáció felértékelődése miatt pedig ezek nyilvánosságra kerülését többé médiaetikai normák sem gátolhatják.

A láthatóság előtérbe kerülése azonban nemcsak a technikai változásoknak köszönhető, hanem annak is, hogy megváltozott a társadalom viszonyulása a politikához. A politikával szembeni bizalmatlanság általános erősödése, a programok és ígérek helyett a személyiségek előtérbe kerülése politikai kérdéssé, közüggé tette a hatalom birtokosainak minden pillanatát. A „felgyorsult kockázatok korában”, amikor egyre kevésbé lehet a kihívásokat előre meghatározni és a szükséges lépéseket megtervezni, „a politikai személyiségek hi-

telességébe vetett bizalom épp olyan fontos, mint a közpolitikai programoké” (Coleman, 2011:44.). A reprezentáció hitelessége feletti küzdelmek az ideológiai konfliktusoknál is markánsabban vannak jelen a mai politikában, a hitelességet demonstráló performanszok a politikai kommunikáció központi részeivé váltak. A mindenre kiterjedő láthatóság így nem pusztán az általános emberi érdeklődést szolgálja, hanem a hatalom reprezentálásához kapcsolódva politikai jelentést is nyer.

A „*tömegkommunikáció vége*” koncepció az első politikai kommunikációról szóló kézikönyv szerzője, Steven Chaffee és szerzőtársa, Miriam Metzger (2001) nevéhez fűződik, és az információs környezet radikális megváltozásának egyik értelmezéseként születik meg. A szerzők szerint a tömegkommunikáció fogalmának a legfontosabb összetevői a tömegtermelés, az egyéni kontroll hiánya és az elérhető csatornák végeessége. A jelenlegi médiakörnyezetben azonban ezek egyike sem áll már fenn, a modern média „tömegtelenítette” (*demassifying*) a tömegkommunikációt. Piaci szegmentáció váltotta fel a tömegek megszólításának koncepcióját, a belépési és termelési költségek csökkenése miatt pedig könnyebbé vált a piacra való bejutás. Szerintük ebben a környezetben már nem az a kérdés, hogy a média mit tesz az emberrel, hanem hogy az ember mit tesz a médiával (Chaffee – Metzger, 2001). Az információs környezet perszonalizálódását és az annak alakításában nyert nagyfokú egyéni kontrollt fejezik ki olyan koncepciók is, mint a Wojcieszak és Rojas (2011) „egocentrikus nyilvánosság” vagy Thorston (2014) „összeválogatott áramlások” (*curated flows*) fogalma.

A trendek összességét a politikai kommunikáció egésze szintjén is többen próbálták értelmezni. A változások egyik fontos következménye, hogy destabilizálódtak a politikai kommunikáció aktorai közötti kapcsolatok. A politikai kommunikáció szemléletét évtizedekig meghatározta az aktorok három csoportra bontása (politikai szereplők, média, állampolgárok), mely csoportok funkciói világosan elkülöníthetők voltak. Blumler és Coleman (2010) szavaival: a három aktorcsoporthoz a politikai kommunikációs rendszer „ontológiaiag adott részén” tevékenykedett (139. o.).

A politikai kommunikáció aktorainak megsokszorozódása, a köztük lévő határok elmosódása szükségessé tette a korábbi domináns, empirikusan kétségkívül jól alkalmazható *top-down* kommunikációs felfogás felülvizsgálatát is. Brants és Voltmer (2011) a politikai kommunikáció decentralizációjáról értekeznek. Ennek lényege, hogy az állampolgárok kiléptek befogadói szerepükből, és a politikai viselkedésükben, viszonyulásaikban, valamint kommunikációs aktivitásukban is elszakadtak a politikai és a média elitektől (8–11. o.).⁴ Hasonló szempontokból indul ki Jay Blumler (2015) is, amikor arról ír, hogy a korábban piramisszerűen hierarchikus politikai kommunikáció hálózatos jellegűvé válik (lásd még: Lilleker, 2014). Ez utóbbi felvetéshez erősen kapcsolódik Blumler és Kavanagh (1999) már korábban kifejtett gondolata a politikai kommunikáció folyamatának változásáról: a korábban centripetális kommunikáció centrifugálissá válik, mert a politikai kommunikációs folyamat meghatározó része már nem kisszámú központra irányul, hanem szétterjed, és mind több helyen jelenik meg. Garrett és szerzőtársai (2018) ezzel kapcsolatban arra hívják fel a figyelmet, hogy a kutatásnak a jövőben nagyobb figyelmet kellene szentelnie a kommunikáció hálózatosságára. A szerzők szerint a szereplők megsokszorozódása és sokrétű összekapcsolódása miatt a vizsgálatoknak érdemes lehet eltávolodni az egyén szintjétől, mégpedig a hálózati struktúrában betöltött szerepek és az ebből fakadó viselkedések vizsgálata felé, a politikai kommunikáció információáramlását társadalmi kapcsolatnak értelmezve (2018:222).

Összegzés

⁴ Értelmezésükben míg a mediatizáció a politika és a média közötti horizontális viszony megváltozása, a decentralizáció a két szféra és a választók közötti vertikális viszony megváltozását jelenti, melynek során a választók megkérdőjelezzik mind az intézményesített politika, mind a média legitimációját és hitelességét. A decentralizáció része, hogy a választók elfordulnak a részvétel tradicionális formáitól, ezzel párhuzamosan pedig alternatív, új fórumok térnyerése figyelhető meg.

A fejezet a nemzetközi szakirodalom alapján a politikai kommunikáció elmúlt évszázadban tapasztalható változásainak a vázlatos összefoglalását kívánta nyújtani. A fejezet első része röviden felvázolta a politikai kommunikáció dinamikáját meghatározó társadalmi és technikai trendeket, amelyek az állampolgárok rendelkezésére álló politikai információk jellegét, használatát és hatását formálták. Ezt követően áttekintette a politikai kommunikáció széles körben elterjedt korszakolását, három korszakra bontását. A különböző trendeket az egyes aktorcsoportok szintjén is tárgyalta, végezetül pedig azokat a tendenciákat vázolta fel, amelyek több aktorcsoport politikai viselkedésében is érvényesült.

Az áttekintésből kiderült, hogy a politikai kommunikáció történetét többek között az aktorok növekvő száma és sokfélesége, a politikai kommunikációs környezet fragmentálódása és decentralizálódása, a politikai kommunikáció felértékelődése és a politikai szereplők részéről a stratégiai szempontok előtérbe kerülése jellemzi.

A politikai kommunikáció kutatásában várhatóan azt vizsgálják majd, mivel jár ezeknek a trendeknek a közösségi médiához kapcsolódó erősödése. Blumler (2016a; 2016b) a negyedik korszak kapcsán a politikai kommunikáció horizontális kiterjedéséről ír. Kenski és Jamieson (2017), valamint Garrett és szerzőtársai (2018) pedig az elérhető és újonnan aktív közönség mellett a nem a bevettek (politikus, média, állampolgár) közé tartozó szereplőknek a megjelenéséről és politikai tartalmat formáló tevékenységéről beszélnek. Ilyenek a nem-állami szereplők, például a civil szervezetek vagy akár a terrrorszervezetek, és az államok felettiek, mint az Európai Unió szervei. Mindez az idézett szerzők szerint a politikai kommunikáció három szereplőre koncentráló megközelítésének, valamint az ehhez kapcsolódó fogalmaknak az újragondolását igényli. A kutatásoknak a politikai kommunikációt dinamikusán változó és működő, globális és sokszereplős hálózatként kell megközelíteniük.

Hivatkozások

- Anspach, N. M. (2017). The New Personal Influence: How Our Facebook Friends Influence the News We Read. *Political Communication*, 34(4), 590–606. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1316329>
- Anstead, N. (2017). Data-Driven Campaigning in the 2015 United Kingdom General Election. *The International Journal of Press/Politics*, 22(3), 294–313. <https://doi.org/10.1177/1940161217706163>
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130–1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>
- Baldwin-Philippi, J. (2017). The Myths of Data-Driven Campaigning. *Political Communication*, 34(4), 627–633. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1372999>
- Barnhurst, K. G., & Nerone, J. (2002). *The form of news: A history*. New York: Guilford Press.
- Barnidge, M. (2017). Exposure to Political Disagreement in Social Media Versus Face-to-Face and Anonymous Online Settings. *Political Communication*, 34(2), 302–321. <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1235639>
- Bastos, M. T. (2015). Shares, Pins, and Tweets. *Journalism Studies*, 16(3), 305–325. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.891857>
- Earl Bennett, S., Rhine, S. L., Flickinger, R. S., & Bennett, L. L. (1999). "Video Malaise" Revisited: Public Trust in the Media and Government. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 4(4), 8–23.

- Bennett, W. L., & Iyengar, S. (2008). A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. *Journal of Communication*, 58(4), 707–731. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x>
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122–139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Bimber, B. (2014). Digital Media in the Obama Campaigns of 2008 and 2012: Adaptation to the Personalized Political Communication Environment. *Journal of Information Technology & Politics*, 11(2), 130–150. <https://doi.org/10.1080/19331681.2014.895691>
- Blumler, J. G. (2015). Core Theories of Political Communication: Foundational and Freshly Minted. *Communication Theory*, 25(4), 426–438. <https://doi.org/10.1111/comt.12077>
- Blumler, J. G. (2016a). The Fourth Age of Political Communication. *Politiques de communication*, N° 6(1), 19–30.
- Blumler, J. G. (2016b). Political Communication. In: Mazzoleni, G. (Ed.) *The international encyclopedia of political communication*. <https://doi.org/10.1002/9781118541555.wbiepc213>
- Blumler, J. G., & Coleman, S. (2010). Political Communication in Freefall: The British Case—and Others? *The International Journal of Press/Politics*, 15(2), 139–154. <https://doi.org/10.1177/1940161210362263>
- Blumler, J. G., & Kavanagh, D. (1999). The Third Age of Political Communication: Influences and Features. *Political Communication*, 16(3), 209–230. <https://doi.org/10.1080/105846099198596>
- Boczkowski, P. J., Mitchelstein, E., & Matassi, M. (2018). “News comes across when I’m in a moment of leisure”: Understanding the practices of incidental news consumption on social media. *New Media & Society*, 20(10), 3523–3539. <https://doi.org/10.1177/1461444817750396>
- Bond, R. M., Fariss, C. J., Jones, J. J., Kramer, A. D. I., Marlow, C., Settle, J. E., & Fowler, J. H. (2012). A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*, 489(7415), 295–298. <https://doi.org/10.1038/nature11421>
- Brants, K., de Vreese, C., Möller, J., & van Praag, P. (2010). The Real Spiral of Cynicism? Symbiosis and Mistrust between Politicians and Journalists. *The International Journal of Press/Politics*, 15(1), 25–40. <https://doi.org/10.1177/1940161209351005>
- Brants, K., & Voltmer, K. (2011). Introduction: Mediatization and De-centralization of Political Communication. In K. Brants & K. Voltmer (Eds.), *Political Communication in Postmodern Democracy: Challenging the Primacy of Politics* (pp. 1–19). New York: Palgrave Macmillan.
- Brundidge, J. (2010). Encountering “difference” in the contemporary public sphere: The contribution of the Internet to the heterogeneity of political discussion networks. *Journal of Communication*, 60(4), 680–700.
- Capella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. Oxford University Press.
- Chadwick, A. (2013). The hybrid media system : politics and power. In *Oxford Studies in Digital Politics*. New York: Oxford University Press. (Ohio State University).
- Chaffee, S. H., & Metzger, M. J. (2001). The End of Mass Communication? *Mass Communication and Society*, 4(4), 365–379. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0404_3
- Coleman, S. (2011). Representation and Mediated Politics: Representing Representation in an Age of Irony. In K. Brants & K. Voltmer (Eds.), *Political Communication in Postmodern Democracy* (pp. 39–59). New York: Palgrave Macmillan.

- Coleman, S., & Blumler, J. G. (2009). The Internet and democratic citizenship : theory, practice and policy. In *Communication, Society and Politics*. Cambridge–New York: Cambridge University Press. (Wright State University).
- Cwalina, W., Falkowski, A., & Newman, B. I. (2011). *Political Marketing: Theoretical and Strategic Foundations* (1 edition). London; New York: Routledge.
- Diehl, T., Weeks, B. E., & Gil de Zúñiga, H. (2016). Political persuasion on social media: Tracing direct and indirect effects of news use and social interaction. *New Media & Society*, 18(9), 1875–1895. <https://doi.org/10.1177/1461444815616224>
- Ellison, N. B., & boyd, danah M. (2013). Sociality Through Social Network Sites. In W. H. Dutton (ed.), *The Oxford Handbook of Internet Studies*. <http://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199589074.001.0001/oxfordhb-9780199589074-e-8>
- Esser, F. (2013). Mediatization as a challenge: media logic versus political logic. In H. Kriesi, D. Bochsler, J. Matthes, S. Lavenex, M. Bühlmann, & F. Esser (Eds.), *Democracy in the Age of Globalization and Mediatization* (2013 edition, pp. 155–176). Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Eveland Jr, W. P., & Hively, M. H. (2009). Political discussion frequency, network size, and “heterogeneity” of discussion as predictors of political knowledge and participation. *Journal of Communication*, 59(2), 205–224.
- Garrett, R. K. (2009). Politically Motivated Reinforcement Seeking: Reframing the Selective Exposure Debate. *Journal of Communication*, 59(4), 676–699. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01452.x>
- Gurevitch, M., Coleman, S., & Blumler, J. G. (2009). Political Communication —Old and New Media Relationships. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 625(1), 164–181. <https://doi.org/10.1177/0002716209339345>
- Garrett, R. K., Bimber, B., De Zúñiga, H. G., Heinderyckx, F., Kelly, J., & Smith, M. (2012). Transnational Connections | New ICTs and the Study of Political Communication. *International Journal of Communication*, 6, 18.
- Gibson, R., & Cantijoch, M. (2013). Conceptualizing and measuring participation in the age of the internet: Is online political engagement really different to offline?. *The Journal of Politics*, 75(3), 701–716.
- Gibson, R. K., & Rommele, A. (2009). Measuring the Professionalization of Political Campaigning. *Party Politics*, 15(3), 265–293. <http://doi.org/10.1177/1354068809102245>
- Gibson, R., & Rommele, A. (2001). Changing Campaign Communications: A Party-Centered Theory of Professionalized Campaigning. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 6(4), 31–43. <http://doi.org/10.1177/108118001129172323>
- Hindman, M. (2009). *The myth of digital democracy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Holbert, R. L., Garrett, R. K., & Gleason, L. S. (2010). A new era of minimal effects? A response to Bennett and Iyengar. *Journal of communication*, 60(1), 15–34.
- Iyengar, S., & Hahn, K. S. (2009). Red Media, Blue Media: Evidence of Ideological Selectivity in Media Use. *Journal of Communication*, 59(1), 19–39. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01402.x>
- Kenski, K., & Jamieson, K. H. (2017). Political Communication: Looking Ahead. In K. H. Jamieson & K. Kenski (Eds.), *The Oxford Handbook of Political Communication* (pp. 913–918). <http://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199793471.001.0001/oxfordhb-9780199793471-e-86>
- Kim, Y. M., Hsu, J., Neiman, D., Kou, C., Bankston, L., Kim, S. Y., ... Raskutti, G. (2018). The Stealth

- Media? Groups and Targets behind Divisive Issue Campaigns on Facebook. *Political Communication*, 35(4), 515–541. <https://doi.org/10.1080/10584609.2018.1476425>
- Klinger, U., & Svensson, J. (2015). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New Media & Society*, 17(8), 1241–1257. <https://doi.org/10.1177/1461444814522952>
- Kreiss, D. (2016). *Prototype Politics: Technology-Intensive Campaigning and the Data of Democracy*. New York, NY: Oxford University Press.
- Lang, K., & Lang, G. E. (1966). The mass media and voting. *Reader in public opinion and communication*, 2, 455–472.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential election*. New York: Duell, Sloan and Pearce.
- Lees-Marshment, J. (2001). The product, sales and market-oriented party – How Labour learnt to market the product, not just the presentation. *European Journal of Marketing*, 35(9/10), 1074–1084. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000005959>
- Lilleker, D. G. (2014). *Political communication and cognition*. Palgrave Macmillan.
- Mancini, P., & Swanson, D. L. (1996). *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences* (First Edition). Westport, Conn: Praeger.
- Mazzoleni, G. (2006). *Politikai kommunikáció*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Mazzoleni, G. & Schulz, W. (1999). 'Mediatization' of Politics: A Challenge for Democracy? *Political Communication*, 16(3), 247–261. <https://doi.org/10.1080/105846099198613>
- Negrine, R., & Lilleker, D. G. (2002). The Professionalization of Political Communication: Continuities and Change in Media Practices. *European Journal of Communication*, 17(3), 305–323. <https://doi.org/10.1177/0267323102017003688>
- Negrine, R., & Papathanassopoulos, S. (2011). The 'Transformation of Political Communication. In S. Papathanassopoulos (Ed.), *Media Perspectives for the 21st Century* (pp. 41-54.). London: Routledge.
- Negrine, R. (2015). Americanization. In Mazzoleni, G. (Ed.). *The international encyclopedia of political communication*, 1–5. <https://doi.org/10.1002/9781118541555.wbiepc005>
- Newton, K. (1999). Mass media effects: mobilization or media malaise? *British Journal of political science*, 29(4), 577–599.
- Norris, P. (Ed.). (1999). *Critical Citizens: Global Support for Democratic Government* (1 edition). Oxford England – New York: Oxford University Press.
- Norris, P. (2000). *A virtuous circle: political communications in postindustrial societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- O'Reilly, T. (2005). *What is Web 2.0*. <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
- Papacharissi, Z. (2004). Democracy online: Civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups. *New media & society*, 6(2), 259–283.
- Papathanassopoulos, S. (2002). *European Television in the Digital Age: Issues, Dynamics and Realities* (First Edition edition). Cambridge; Malden, MA: Polity Press.
- Papathanassopoulos, S., Coen, S., Curran, J., Aalberg, T., Rowe, D., Jones, P., Tiffen, R. (2013). Online Threat, But Television is Still Dominant. *Journalism Practice*, 7(6), 690–704. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.761324>

- Papathanassopoulos, S., & Negrine, R. (2015). A Crisis of Political Communication. In J. Trappel, J. Steemers, & B. Thomass (Eds.), *European Media in Crisis: Values, Risks and Policies* (1 edition, pp. 147–160.). New York: Routledge.
- Patterson, Thomas E. 1993. *Out of Order*. New York: Vintage.
- Patterson, T. E. (2002). *The vanishing voter: Public involvement in an age of uncertainty*. Vintage. New York.
- Plasser, F., & Plasser, G. (2002). *Global political campaigning: A worldwide analysis of campaign professionals and their practices*. Greenwood Publishing Group.
- Putnam, R. (1995): 'Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy* 6(1), 65–78.
- Putnam, R. D. (2002). Bowling together. *The American Prospect*, 13(3), 20–22.
- Robinson, J. P. (1967). World affairs information and mass media exposure. *Journalism Quarterly*, 44(1), 23–31.
- Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of innovations*. New York: Free Press of Glencoe. (KSU-Kent Campus See Building Guide HM101 .R57).
- Ryfe, D. M. (1999). Franklin Roosevelt and the fireside chats. *Journal of Communication*, 49(4), 80–103. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02818.x>
- Schmitt-Beck, R. (2016). Struggling up the hill: Short-term effects of parties' contacting, political news and everyday talks on turnout. *Party Politics*, 22(2), 227–240. <https://doi.org/10.1177/1354068815605675>
- Schmitt, J. B., Debbelt, C. A., & Schneider, F. M. (2018). Too much information? Predictors of information overload in the context of online news exposure. *Information, Communication & Society*, 21(8), 1151–1167. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1305427>
- Schudson, M. (1981). *Discovering The News: A Social History Of American Newspapers* (50922nd edition). New York, NY: Basic Books.
- Schulz, W. (2014). Political communication in long-term perspective. In C. Reinemann (Ed.), *Political Communication* (pp. 63–86). <https://doi.org/10.1515/9783110238174.63>
- Singer, J. B. (2014). User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. *New Media & Society*, 16(1), 55–73. <https://doi.org/10.1177/1461444813477833>
- Soroka, S., & McAdams, S. (2015). News, Politics, and Negativity. *Political Communication*, 32(1), 1–22. <https://doi.org/10.1080/10584609.2014.881942>
- Strömbäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228–246. <https://doi.org/10.1177/1940161208319097>
- Strömbäck, J., Djerf-Pierre, M., & Shehata, A. (2016). A Question of Time? A Longitudinal Analysis of the Relationship between News Media Consumption and Political Trust. *The International Journal of Press/Politics*, 21(1), 88–110. <https://doi.org/10.1177/1940161215613059>
- Stromer-Galley, J. (2014). *Presidential campaigning in the Internet age*. New York: Oxford University Press.
- Tandoc, E. Jr & Lim, Z.W. & Ling, R. (2018). Defining “Fake News”, *Digital Journalism*, 6:2, 137–153, doi: 10.1080/21670811.2017.1360143
- Tandoc, E. C. Jr, & Vos, T. P. (2016). The journalist is marketing the news: Social media in the gatekeeping process. *Journalism Practice*, 10(8), 950–966.
- Thorson, K., & Wells, C. (2016). Curated Flows: A Framework for Mapping Media Exposure in the Digital Age. *Communication Theory*, 26(3), 309–328. <https://doi.org/10.1111/comt.12087>

- Valeriani, A., & Vaccari, C. (2016). Accidental exposure to politics on social media as online participation equalizer in Germany, Italy, and the United Kingdom. *New Media & Society*, 18(9), 1857–1874. <https://doi.org/10.1177/1461444815616223>
- van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., Vreese, C. de, Matthes, J., ... Stanyer, J. (2017). Political Communication in a High-Choice Media Environment: a Challenge for Democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3–27. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551>
- Wilke, J., & Reinemann, C. (2001). Do the Candidates Matter?: Long-Term Trends of Campaign Coverage - A Study of the German Press Since 1949. *European Journal of Communication*, 16(3), 291–314. <https://doi.org/10.1177/0267323101016003001>
- Wojcieszak, M., & Mutz, D. C. (2009). Online groups and political discourse: Do online discussion spaces facilitate exposure to political disagreement? *Journal of communication*, 59(1), 40–56.
- Wojcieszak, M., & Rojas, H. (2011). Correlates of Party, Ideology and Issue Based Extremity in an era of Egocentric Publics. *The International Journal of Press/Politics*, 16(4), 488–507. <https://doi.org/10.1177/1940161211418226>
- Zaller, J. (2001). *A Theory of Media Politics: How the Interests of Politicians Journalists and the Citizens Shape the News*. Chiacago: University of Chicago Press.
- Zboray, R. J., & Zboray, M. S. (2007). Newspaper Readers. In S. L. Vaughn (Ed.), *Encyclopedia of American Journalism* (1 edition). New York: Routledge.

A magyar politikai kommunikáció története a hazai szakirodalomban

Szabó Gabriella – Burai Krisztina

A fejezet a magyar politikai kommunikációt vizsgáló hazai szakirodalmat tárgyalja. Arra vagyunk kíváncsiak, hogy a magyarországi fejleményeket feltáró vizsgálatok mit gondolnak a politikai kommunikációról, annak átalakulásáról, dinamikájáról és hosszú távú tendenciáiról. Noha a magyar szakirodalmat kevésbé foglalkoztatja a történeti perspektíva, annál inkább reflektál számos munka a politikai kommunikáció változásaira és újdonságaira. Legfontosabb forrásaink tehát a magyar adatokon alapuló, Magyarországra vonatkozó megállapításokat tartalmazó kötetek, tanulmányok, könyvfejezetek.

A feldolgozás során a szakirodalom négy csoportját különítjük el. Az első körbe azokat a soroltuk, melyek a sajtó megszerzéséért folyó küzdelmek állomásait és összefüggéseit kívánják időben is rendszerezni. Ezután a napirendkutatásokat vesszük sorra, és idősoros vizsgálataik eredményeiből határozzuk meg, vajon mit gondolnak a politikai kommunikáció történetéről. Harmadikként a kampánykutatások által megfogalmazott tanulságokról írunk. Végül a diskurzus kutatásokat szemléljük, melyekből a magyar nyilvánosságban megjelenő politikai nyelvek, valóságkonstrukciók, érvkészletek átépüléséről, átalakulásáról, vagy éppen változatlanóságáról kapunk képet.

A politikai kommunikáció, mint a sajtó feletti dominanciaharc története

A rendszerváltás utáni évtizedek politikai kommunikációjának fejleményeit a hazai szakirodalom jelentős része a média feletti politikai uralom megszerzésére irányuló küzdelmek sorának tekinti. Az elsősorban a Médiakutató című folyóirathoz köthető szerzők a sajtó politika általi befolyásolásának kísérleteit a háború metaforájával írják le, ami publicisztikai fordulatból vált a médiakutatások bevett fogalmává. A médiaháború kifejezéssel azokra az újságírók, szerkesztők, politikusok, szakértők és kutatók közötti vitákra és konfliktusokra utalnak, amelyek a tömegkommunikáció dominálásáról szólnak. Véleményük szerint a média nemcsak az ellentétek tárgya volt, hanem a küzdelmek fórumaként és csatornájaként is szolgált. Ebben az értelmezésben a magyar politikai kommunikáció dinamikájának motorját a média megszerzésére irányuló erőfeszítések adták, a magyar politikai kommunikáció története pedig nem más, mint a médiaháború ütközeteinek, csataterének, agresszorainak és fegyvereinek a leírása. A kérdést boncolgató irodalmak az alábbi megállapításokat teszik.

A küzdelmek tétje a média befolyásolása

A tömegkommunikáció kontrollálása feletti harcok egyetlen összefüggés körül dűlnak: aki birtokolja a médiát, az határozza meg a közéleti diskurzusok tartalmát. A média közjósága, olyan hasznos dolog, amely az állampolgárok politikai tájékozódásában kiemelten fontos. Ami a befolyás tágabb kontextusát illeti: a vonatkozó fejtegetések egy része azzal indokolja a sajtó feletti dominanciaharcot, hogy a média erős hatást gyakorol a nézők és az olvasók politikai preferenciájára (Halmi – Vásárhelyi, 1998; Ágh, 2002; Tóka–Popescu, 2002). Mások inkább a rendszerelméletek felől közelítenek, és a média feletti politikai kontrollt a sajtósabadság elve alapján tartják problematikusnak (Bajomi-Lázár, 2001; 2004; 2005). A rendszerváltás környéki várakozások az angolszász gyökerű objektivitásdoktrínát tekintik követendő mintának, és azt szeretnék látni, hogy a magyar sajtó a liberális (észak-atlanti) médiarendszer felé mozdul el. Az empirikus kutatások azonban

arról írnak, hogy 1990 és 2010 között pártos média épült ki (Bajomi-Lázár, 2017), 2010 után pedig egypárti médiavilág (Bajomi-Lázár, 2019). A magyar média története ebben a paradigmában az instrumentalizálódás históriája: a tömegkommunikáció a politika eszközévé és játékszerévé vált, a kormányzat rendre megsérti a sajtó szabadságát, semmibe veszi a média autonómiáját, az újságírók pedig képtelenek megálljt parancsolni a politika egyre növekvő befolyásának (Sipos, 2010). A magyar politikai kommunikáció huszonöt évét Bajomi-Lázár Péter (2019) az amerikanizációtól a berlusconizáción át a putyinizálódásig tartó vonalon helyezi el.

A küzdelem legfontosabb csatateré: a közszolgálati média

A médiaháborúban kitüntetett érdeklődés övezi az elektronikus tömegkommunikáció csatornáit. Az 1990-es évek elejére visszatekintve a kutatók egyöntetűen a közszolgálati rádiót és televíziót tartják a legbefolyásosabb médiumnak, így az azok megszerzésére irányuló kísérletek leleplezése, illetve a függetlenségét biztosító garanciák meghatározása dominálja a médiaháború fejezeteinek leírását. A Magyar Televízió és Rádió vezetőinek kinevezése és leváltása, a teljesítményük megítélése, a közszolgálati hírműsorok pártatlansága, illetve az elektronikus médiára vonatkozó jogszabályok és eljárások változása mindig a vizsgálatok homlokterébe kerül (Kitta, 2013). A korai szakirodalmat a közszolgáltatóság problémája is élénken foglalkoztatja, főleg a közmédia politikai függetlensége. Vizsgálják a sajtószabadságot biztosító intézményrendszert (pl. a közszolgálati médiát irányító kuratóriumokat, az azokat felügyelő testületeket), a finanszírozási modellt, a kiegyensúlyozott és minőségi politikai információk átadását (Bajomi-Lázár, 2000; 2002a; 2002b).

A küzdelem agresszorai a kormányzatok

A médiaháború kutatásával foglalkozók a politikusok, többnyire a hatalomban lévő kormánypárti szereplők intervencióit vizsgálják (Hankiss, 2000; Wisinger, 2008; Bajomi-Lázár, 2014). A magyar sajtó aranykorának a rendszerváltás előtti és utáni egy-két évet tartják, amikor a régi politikai gárda már nem, az új vezetés pedig még nem volt képes kontrollt gyakorolni a média felett. A médiaháború első fejezetét a rendszerváltás utáni első szabadon választott kormány és a kormánypártok ténykedéséhez kötik: olyan konkrét kormányzati befolyásolási kísérleteket elemeznek, mint a Magyar Rádió és Televízió elnökeinek eltávolítását célzó lépések, és kritizálják a média radikális átalakítására vonatkozó politikai terveket.

A médiaháború első szakaszának végét az első médiatörvény megszületéséhez kötik (Gyuricza, 2013:33; Bajomi-Lázár, 2017:86). Leszögezik, hogy 1996 után a kormányok a kiegyensúlyozott politikai erőviszonyok miatt többnyire háttéralkuk keretében osztozkodtak a médiapiacon, és az egymást követő kormányok ellenzéknek tett gesztusaival jellemzik a 2010-ig tartó időszakot.

A 2010-ben hatalomra került második Orbán-kormány médiapolitikáját azonban ismét a kemény és veszélyes jelzőkkel illetik. Komoly kritikákat fogalmaznak meg az új médiatörvénnyel és a 2010–2011 között életbelépett szabályozással kapcsolatban. Határozottan elutasítják a politikai többségi elv sajtóban való érvényesítését, rögzítik a szakmai és politikai konszenzus hiányát, és vitatják a kormányok piaci viszonyokat „korrigálni” szándékozó politikáját. Az írásokban közös pont a médiaegyensúlyra hivatkozó kormányzati érvek elutasítása és a sajtószabadság óvása a Fidesz-párti médiabirodalom kiépítésére tett törekvésektől (Lampé, 2010; 2011; Gyuricza, 2013:121–172; Polyák – Uszkiewicz, 2014).

Ami a történeti áttekintést illeti: a rendszerváltás óta megfogalmazott médiapolitikai deklarációkat vizsgálva a szerzők jelentős különbséget látnak a jobboldali-konzervatív és a baloldali-liberális táborok között. Míg az előbbiek az állami beavatkozással kívánják biztosítani a befolyásukat, az utóbbiak inkább tiszteletben tartják a sajtó szabadságát. Bajomi-Lázár Péter kutatásai magyarázatot adnak erre az eltérésre: minél centralizáltabban a kormányzó pártok döntéshozó mechanizmusai, ahogyan az az Orbán-kormányoknál kimutatható, annál inkább képesek a média uralására (Bajomi-Lázár, 2014). A pártos média nem jó ugyan a sajtószabadságnak, de még mindig kevésbé korlátozza azt, ha a különböző politikai erők nagyjából egyforma mértékben

vannak jelen a tömegkommunikációban. A sajtószabadságra a valós veszélyt a média egypárti „gyarmatosítása” jelenti. Magyarország története példázta, hogy minél kisebb a kormányzat ellenzéki vagy koalíciós politikai ellensúlya, annál szűkebb a sajtószabadság. És fordítva: minél gyengébb a kormány, annál nagyobb a média önállósága.

A kutatások fő tanulsága az, hogy 2010 után a média egyértelműen a kormány gyarmatosító törekvésének áldozatává válik. A harmadik Orbán-kormány intézkedései nyomán a mai magyar médiát immár nem a dél-európai országokra jellemző polarizált pluralizmus modelljéhez hasonlítják, hanem egyfajta patrónusi-kliensi szisztémához, amelyet az újságírók kormányzattól való totális függése határoz meg. A politikai kommunikáció 2010 utáni korszakában a kormányon lévő pártszövetség szinte a teljes médianyilvánosságot a felügyelete alá vonta, miközben a rivális pártok, semleges felek, szakmai befektetők kiszorulnak belőle.¹

A küzdelmet közvetett eszközökkel vívják

A kutatók a média feletti küzdelem történetében kevés példát találnak a nyílt politikai beavatkozásra, kormányzati kézi vezérlésre. A nyomásgyakorlás sokkal inkább a tulajdonviszonyok, a hirdetési piac és a frekvenciaelosztás változásaiban, valamint a közszolgálati csatornák vezetőinek kinevezési gyakorlatában érhető tetten.² A politikai pártok létrehozzák saját újságjaikat: a *Magyar Fórum* a MIÉP-hez, a *Barikád* a Jobbikhoz, a *Szabad Föld* és a *Népszabadság* az MSZP-hez, a *Beszélő* az SZDSZ-hez, a *Kis Újság* az FKgP-hez, a *Heti Válasz* pedig a Fideszhez kapcsolódik. A lapok finansziális helyzete hullámzik: amikor a pártjuk hatalomban van, jobb évek köszöntenek be, ellenzékiként vagy a parlamentből kiesve azonban szűkebb esztendőket követnek. Emellett a különböző kormányok gyakorlatának összevetésével kimutatják, hogy állami juttatásokon, például hirdetéseken keresztül támogatják, vagy azok megvonásával büntetik az újságokat (Juhász, 2003). Ennél jóval részletesebben dokumentált térfoglalás a közmédia kormányzati megszállása, a közszolgálati tartalmak politikai céloknak való alárendelése, továbbá a politikai patronáznak a Magyar Televízió és Rádió vezetőire történő kiterjesztése (Kitta, 2013).

A médiaháború következménye: a médiáról szóló diskurzusok politizálódása és az elit polarizálódása

A sajtószabadság és a média feletti uralom megszerzéséért zajló küzdelmek leírásakor annak hosszú távú következményéről is megemlékeznek. Bajomi-Lázár Péter (2017) megfigyelése szerint a magyar média ügye az évek során átpolitizálódott, és egyben a politikai táborokat a leginkább megosztó témává vált. A terület kutatói nemcsak a pártok és a kormányok eltérő médiapolitikai koncepcióira és gyakorlataira utalnak, hanem azok leegyszerűsítő, ideologikus jellegét is kritizálják. Ezeken túl elemzik a magyar politikai elit konfrontatív viselkedését: a médiaháború felszínre hozza és elmélyíti a tömbök közötti világnézeti különbségeket. Az ellentétek kiélezése tömegigénnyel is találkozhat, hiszen az elmúlt évtizedekben a sajtószabadságért és a fennálló médiaviszonyok ellen számos tüntetést szerveznek bal- és jobboldalról egyaránt. Ami a médiaháború magyarázatát illeti, Sükösd Miklós (1992: 75) a média feletti összecsapásokat a rendszerváltás „szimbolikus folytatásának” nevezi. Az újonnan alakult pártok a médiaháború eseményeit a saját világnézetük megerősítésére használják: a jobboldali-konzervatív erők a nemzeti érdekek és értékek védelmét kapcsolják össze a

¹ A sajtószabadság helyzete a médiamenedzserek szerint. Mérték Médiaelemző Műhely. 2012. november 21. <https://mertek.eu/2012/11/21/a-sajtoszabadsag-helyzete-a-mediamedzserek-szerint/>; Sajtószabadság-index 2012. Mérték Médiaelemző Műhely. 2012. november 29. <https://mertek.eu/2012/11/29/sajtoszabadsag-index-2012/>; Politikai és gazdasági nyomásgyakorlás a médiában, vállalatvezetői szemmel, Mérték Médiaelemző Műhely. 2013. január 3. <https://mertek.eu/2013/01/03/politikai-es-gazdasagi-nyomasgyakorlas-a-mediaban-vallalatvezetoi-szemmel/>

² Szabad-e a magyar sajtó? *Médiakutató* 2002 Nyár.

médiaviszonyokba való beavatkozással, míg a liberálisok a piaci szabadságot és a visszahúzódó állam elgondolását érvényesítik a médiapolitikájukban.

A kutatók a politikusok mellett az újságírók megosztottságát is rögzítik. A médiaháború következményeként nem alakul ki konszenzus a professzió alapjairól, nincs egységes újságírói érdekvédelem, minimális a médiamunkások közötti szolidaritás. A magyar médiaviszonyok megítélése a médiakutatók körében is felrajzol törésvonalakat. A szakértők egy része megértéssel figyeli a jobboldali kormányoknak a médiaegyensúly kialakítására, a baloldali médiafölény visszaszorítására, a piac torzító mechanizmusainak kivédésére irányuló évtizedes politikai programját (Koltay, 2010; Bárány, 2013; Horváth, 2013; Kitta, 2013; Paál, 2013). Mások kritizálják és elfogadhatatlannak tartják a kormányzati beavatkozásokat (Bayer, 2011; Polyák, 2011; 2012).

A politikai kommunikáció, mint a napirendek változásainak története

A magyar politikai kommunikáció változásairól szóló tudásunk egy másik része a napirendkutatásokból származik. A kilencvenes évek végén, a kétezres évek elején népszerűvé váló irányzat is versenyt lát a politikai szereplők között, ám a küzdelem célja nem a média megszállása, hanem a közéleti-politikai diskurzusok témájának meghatározása. Az elsősorban Bíró-Nagy András, Róna Dániel, Tóth Csaba és Török Gábor munkásságához, valamint a Magyarország Politikai Évkönyvében megjelent vonatkozó tanulmányok szerzőihez köthető kutatások célja a politikusok, a média és az állampolgárok által legfontosabbnak tartott ügyek katalógusának és prioritáslistájának összeállítása és azok változásainak rögzítése (Tóth – Török, 2001; 2002). Ezek a vizsgálatok a média közönségre gyakorolt hatásának kimutatására irányulnak, és azt ígérik, hogy bemutatják: miként próbálják a politikusok a saját témáikat elfogadtatni a médiával és a választókkal (Lakner, 2004:19). A feltételezés szerint a vezető politikai hírek alkalmasak lehetnek arra, hogy hatást gyakoroljanak a pártpreferenciákra (Török, 2004). A napirend kutatások modellje szerint a politikusok formálják a média napirendjét, a média vezető hírei pedig alakítják a közönség pártpreferenciáit. A napirend kutatások képlete egyszerű: a napirend sikeres befolyásolásának jutalma a politikai siker, pontosabban a választói támogatás. A politikai kommunikáció története tehát leírható a tematikák változásával és a tematizációs erőfeszítések hosszú távú hatásmechanizmusaival.

A napirendkutatások az alábbi megállapításokat teszik a magyar politikai kommunikáció folyamatait vizsgálva.

A politikai kommunikáció központi eleme: a média

E megközelítés a politikai kommunikáció középpontjába a tömegmédiát állítja, és kiemelt szerepet tulajdonít neki az ügyek társadalom felé közvetítésében. Ennek értelmében azok a témák, amelyek nem kerülnek a média napirendjére, politikai értelemben nem is léteznek, így a pártok számára az elsődleges feladat a média napirendjének minél hatékonyabb befolyásolása (Kiss – Szabó, 2015:335). Ez a felfogás vezetett ahhoz, hogy éveken keresztül a napirendkutatás legfontosabb kérdésévé a napirendkijelölési-verseny vált, annak a vizsgálata, hogy adott időszakban az ellenzék vagy a kormány képes-e sikeresebben befolyásolni a média napirendjét (Kéri, 2005:94).

A napirendkutatások azonban nem pusztán a médiamegjelenést vizsgálják, hanem ennek a társadalmi hatásait is. A kiindulópont szerint az újságok és az elektronikus média által festett kép erősen hat a médiafogyasztókra, akik egyben választópolgárok is (Török 2005:101). A szerzők a tömegkommunikáción belül is kiemelkedően fontosnak tartják az televíziós csatornák hírműsorait és a politikai napilapokat – így az empirikus adatfelvételek is ezek tartomelemzésével foglalkoznak (Róna, 2014; Micsinai, 2018). A legfontosabb kérdés tehát az, hogy mennyiben alakítják a média napirendjére kerülő ügyek a választók pártpreferenciáit,

mennyi a felkapott ügyek „átfutási ideje”, milyen időkülönbséggel mutatható ki ezek hatása a társadalomban, a választók mekkora részéhez jutnak el a kiemelt hírek, és vajon a politika iránt kevésbé érdeklődőkhöz is eljutnak-e ezek vagy sem (Beck *et al.*, 2011:199). A napirendkutatás területén magyar viszonylatban újdonságnak számít a médianapirend közpolitika-csinálásra gyakorolt hatásának vizsgálata (Boda – Patkós, 2018:69). Ennek során olyan kérdések merülnek fel, mint hogy képes-e a média egy-egy ügy hangsúlyozásával közpolitikai változást elérni, és hogy mennyiben követi a média napirendje a törvényhozás napirendjét.

Az ügygazdaság, a napirend és a politikai népszerűség hosszú távon hat egymásra

A napirend kutatások paradigmatis esete a Jobbik 2009–2010-ben tapasztalt felemelkedése. Ennek kapcsán kimutatják: a média napirendjén tartósan szereplő témák ügygazdája választási sikereket ér el (Karácsony – Róna, 2010; Róna, 2014). A tézis szerint a nemzeti radikális pártok és mozgalmak évek óta cigányellenes retorikát folytatnak, ami a téma ügygazdájává tette a Jobbikot. Noha a pártot szoros médiakarantén övezi, a legfontosabb ügye, a „cigánybűnözés”, 2006 és 2009 között kiemelt médiafigyelmet kap. A napirendkutatók a Jobbik hirtelen megnövekedő népszerűségének hátterében az évtizedek óta épített ügygazdaság, illetve a televíziós hírműsorok témaválasztásának hosszú távú hatását látják bizonyítottnak.

A kormányzat előnyösebb pozícióban van, de az ellenzék mozgástere is jelentős

A megközelítéshez tartozó munkák szerint idősoros adatok alapján állítható, hogy a mindenkori kormány és a kormánypártok a legsikeresebbek a politikai napirend befolyásolásában. Az 1998 és 2002 közötti évek alatt a Fidesz stratégiája egészen 2001-ig sikeresnek bizonyult, a kormány egyértelműen uralni tudta a napirendet, és „monopolizálja a társadalom és a politikai elit közötti kommunikációt” (Tóth – Török, 2002:30). A 2001-ben bekövetkezett fordulat a kormány hegemon helyzetének gyengülését hozta, ekkortól már nem kizárólagos a kormányzat napirendformáló ereje (Tóth – Török, 2002: 31).

A 2002–2006-os ciklusban folytatódik a tendencia, mely szerint elsődlegesen a kormány képes meghatározni a napirendet. 2006-ra már egyértelműen a két „vezér” Gyurcsány Ferenc és Orbán Viktor határozza meg a politikai napirendet: többet szerepelnek a vezető hírekben, mint az őket követő politikusok együttevén (Török, 2006:99).

A 2006-tól 2010-ig tartó időszakban a napirendi témák viszonylagos állandósága figyelhető meg: a megszorító intézkedések, a reformpolitika és a korrupciós ügyek szinte végig a korszak meghatározó témái, 2008 júliusától eltekintve az egész ciklus alatt és különösen a 2010-es kampányidőszakban az MSZP számára kedvezőtlen hírek uralják a napirendet (Beck *et al.*, 2011; Mihályffy – Szabó, 2010; Szabó *et al.*, 2011).

A 2010–2014-es ciklus legnagyobb napirendformáló erejével a kormány rendelkezik, a legnagyobb médiafigyelmet kiváltó ügyeket a kormány kezdeményezi, a média önálló napirendformáló ereje csökken. Ebben az időszakban jellemző továbbá, hogy a média csak kis mértékben képes a közpolitikai döntéshozatalt befolyásolni (Boda – Patkós, 2018:181–182).

A média napirendjének tendenciája: a policy-ügyek visszaszorulása

Az országgyűlési és az európai parlamenti kampányok médiatálalásának legvilágosabb tendenciája a szakpolitikai ügyek visszaszorulása. A kétezres évek elején-közepén a legnépszerűbb csatornák – a tabloid sajtó, a kereskedelmi televíziók hírműsorai, az online portálok – vezető hírei között egyre kevesebb a policy témájú tartalom. A 2006-os, a 2009-es és a 2010-es választások előtt a politikával foglalkozó hírek és bejátszások alig tíz százaléka kapcsolódik közpolitikai témákhoz, azok is elsősorban a gazdasági válsághoz kötődő munkanélküliség, az államadósság, a megszorító intézkedések részleteit tárgyalják. A média napirendjét a szakpolitikai témák helyett a hatalomtechnikai kérdések, a politikai verseny részletei, a politikai események, a politikusok magánélete és a botrányok uralják (Kiss, 2006; Kiss, 2007, Mihályffy – Szabó, 2010, Szabó *et al.*,

2011). Mindez jól illeszkedik a politikai kommunikáció tabloidizációjának és popularizálódásának tendenciájához (Szabó – Kiss, 2012).

A policy-ügyekkel kapcsolatos médiadiskurzusok kutatásának fő terepévé a politikai-közéleti napilapok váltak. Az ilyen irányú vizsgálódások azt találják a *Népszabadság* és a *Magyar Nemzet* címlapjait vizsgálva, hogy az 1990 és 2014 közötti időszakban a makrogazdasági és a külpolitikai tematika állandósul, míg az egészségpolitika 2006–2010 között domináns, a kormányzati működés pedig 1994–1998, illetve 2010–2014 között kap nagyobb hangsúlyt (Boda – Sebők, 2018).

A politikai kommunikáció, mint a kampányolás története

A politikai kommunikáció kutatásában nagy hangsúlyt kap a kampányok vizsgálata, ugyanis a politikai kommunikáció változásai, újdonságai többnyire a kampányok során jelentkeznek először (Kiss *et al.*, 2009). A kampánytevékenységek szisztematikus leírásának segítségével elsősorban az eszközök változása ragadható meg. A politikai kommunikáció történetét ebben a megközelítésben a kampányok változásai határozzák meg.

A magyarországi kampánykommunikáció alapvetően az angolszász (amerikai és brit) mintát követve fejlődött, ám a mediterrán hatások is jelentősek. Az előbbi a perszonalizációban és a választókerületi szintig lebontott kampányaktivitásban, az utóbbi a nagygyűlések fontosságában mutatkozik meg. A posztmodern kampány elemei nálunk is megfigyelhetővé válnak a kilencvenes évek végétől (Mihályffy, 2009: 194). Megoszlanak a vélemények arról, hogy ennek a hazai kialakulása milyen módon ment végbe: Bajomi-Lázár a gyors és váratlan kialakulása miatt a három típus ötvözeteként jellemzi a rendszerváltás utáni időszakot (Bajomi-Lázár, 2017: 89), míg az MTA TK Politikai kommunikáció Kutatócsoport „Korszakváltások a politikai kommunikációban” című projektje a modernből a posztmodernbe történő átmenet fokozatosságát hangsúlyozza.

Professzionizáció

A vonatkozó kutatások a hazai kampánykommunikációt a kezdetlegestől a professzionális felé haladó íven ábrázolják. Nemcsak a pártok arzenálja mutat folyamatos bővülést, hanem a kampánykultúra egésze is egyre fejlettebb. A legszembevetőbb változás az eszközök gyarapodásában és a kampányok költségének növekedésében látható. A magyar politikai kommunikáció fejleményeit vizsgálva a 2002-es országgyűlési, majd a 2004-es európai parlamenti kampányok elemzése jelezte először, hogy a politikai aktorok látványosan nyitnak a hagyományos tömegkommunikációt meghaladó, kikerülő kommunikációs formák felé. Erőfeszítéseik során az országos nagymédiás szereplések mellett megsűrűsödnek és felértékelődnek a személyre szóló megkeresések, nagygyűlések, vidékjárások, az aktivistákra épülő kitelepülések, online fórumok, helyi médiaszereplések (Kiss 2006). Ez a trend pedig mit sem változott, legfeljebb az intenzitása nőtt vagy csökkent (Mihályffy 2009a; Mihályffy – Szabó 2010; Szabó *et al.*, 2011).

A kampány Magyarországon tehát egyre inkább a sokszereplős, többszatszernás, multidimenziós, összetett kommunikációs lépések sorozata, amelyben életbevágó az erőforrásokkal történő hatékony és optimalizált gazdálkodás. Az évek során a külföldi kampányfogások hazánkban is elterjednek, az 1990-es évek végétől mindegyik nagy párt kampányfőnöke személyes tapasztalatokat szerez az Egyesült Államok elnökválasztási kampányaiban és a brit parlamenti választásokat megelőző korteshadjáratokban. A kampány szervezése is választásról választásra válik egyre tudatosabbá. A magyar pártok tehát lépést tartanak a kampányolás nemzetközi fejlődési ütemével mind a csatornák kihasználását, mind pedig az ehhez nélkülözhetetlen professzionizációt tekintve (Kiss – Szabó, 2012).

A médiamednedzsment és a marketingszemlélet terjedése

A marketinggel foglalkozó írásokat olvasva világos: politikusok igen hamar felismerik, hogy az eredetileg az üzleti életben alkalmazott PR és marketing tevékenységekkel képesek lehetnek a média befolyásolására, ennek következtében nő meg a tanácsadók, kampányfőnökök, sajtósok szerepe. Feladatuk elsősorban a „barátságos médiakörnyezet” kialakítása a politikai üzenetek tömegkommunikációs tárlásához; ezt nevezzük médiamednedzsmentnek (Szabó, 2007:225). A médiamednedzsment eszköztárába tartozik például az újságírókkal való jó viszony kialakítása, bizonyos újságírók számára exkluzív tartalmak biztosítása, a baráti és ellenséges médiumok meghatározása (Rigó, 2010:76). A pártok – belátva annak fontosságát, hogy a híreket a nekik kedvező módon közvetítse a média – egyre fontosabb szerepet tulajdonítanak a hír- és médiamednedzsmentnek és ezek szakértőinek, vagyis a *spin doctor*oknak (Mihályffy, 2009a:25).

A médiamednedzsment vizsgálata a hazai szakirodalomban általában a kampánykommunikáció vizsgálatához kötődik. Ennek egyik oka, hogy a kampány alatt a politikusok számára kiemelkedően fontos a média jelenlét, gyakoribbá válnak a sajtótájékoztatók, interjúk, fizetett hirdetések. Továbbá erősödik a választók igénye a politikai tájékozottságra ebben az időszakban, nő a politikai hírek olvasottsága, a hírműsorok nézettsége (Szabó, 2007: 223). A 2009-es EP választás kampányának vizsgálata a legtöbb párt esetében hasonló eredményt mutat, egyre fontosabbá vált a média és PR szakértőkből álló stáb. Az is előfordult, hogy reklámügynökségeket is alkalmaztak, akik igyekeztek minél pozitívabb kapcsolatot kiépíteni a politikus vagy párt és az újságírók között (Mihályffy – Szabó, 2010).

Perszonalizáció és popularizáció

A kampánykutatások az 1998-as országgyűlési választásokat megelőző kampányban regisztrálják először a perszonalizáció jegyeit. A Fidesz akkori stratégiája egyértelműen Orbán Viktor személyére épül: a vezető innentől kezdve kiemelkedik a párt politikusai közül, és a választók szemében mintegy reprezentálja a pártot. A vezérek felépítésének vágya elterjed más pártoknál is: az SZDSZ Demszky Gábort, az MSZP Medgyessy Pétert, később Gyurcsány Ferencet, a Jobbik Vona Gábort igyekezett reflektorfénybe állítani. A perszonalizáció a magyar kampányok szerves részévé válik: a politikai aktorok lépéseit vizsgálva úgy tűnik, hogy 2002-től jól azonosítható a politikai személyiségek intézményekhez képest megfigyelhető autonómiája (Kiss, 2003; Papp, 2013).

A személyek és a vezérek előtérbe kerülését összefüggésbe hozták a magyar médiában is megfigyelt bulvárosodás folyamatával: mégpedig úgy, hogy a politikusok alkalmazkodnak a populáris témák és formátumok dominálta médianyilvánossághoz. Medgyessy Pétert, Gyurcsány Ferencet és Orbán Viktort vizsgálva mutatják be, hogy a sikeres politikusok a populáris kultúra eszközei és narratívái alapján konstruálják imázsukat, és olyan kommunikációs helyzeteket teremtenek, amelyben megmutathatják, hogy tisztában vannak a kisemberek élethelyzetével, sőt, magas hivatásuk ellenére sem szakadtak el az egyszerű mindennapoktól, ugyanúgy megélik azokat, főként a magánéletükben, mint bárki más (Kiss – Rigó, 2006; Rigó, 2007; Szabó, 2011).

Egyre növekvő figyelem a választókkal való közvetlen kapcsolattartásra

A hazai szakirodalom szerint a magyar kampányolás történetében elsősorban a direkt marketing eszközök gyarapodása szembeötlő, ami jelzi a pártok fogékonyságát a szavazókkal való közvetlen kapcsolattartásra (Mihályffy, 2009a). A kiterjedt marketingszemlélet lehetővé teszi a tömegkommunikáció kezelésén kívül az ellenséges médiumok megkerülését is: az új eszközök (a kétezres évek elején és közepén a blogok, az SMS, az MMS, a *direct mail*, a telefonhívások, később a közösségi média) szerepének felértékelődése azonban nem csak a csatornák bővülését jelenti (Sükösd, 2004; Merkovity, 2008). A kampánykutatások alapján a jelentősebb pártok mindegyike egyre növekvő figyelmet fordít a kampányesemények, a kilincselések, országjárások, aláírásgyűjtések, kitelepülések megszervezésére.

Míg a kutatók a 2004 előtti kampányokra inkább a tranzakciós marketinget találják jellemzőnek, addig 2004-ben már az adatbázis marketing alapú kommunikációt, 2006-tól pedig a kapcsolati marketing elemeit vizsgálják (Kiss, 2005; Mihályffy, 2009b). A magyarországi kampánykultúra tehát az elmúlt évtizedekben eltávolodott az egyszeri találkozásra fókuszáló interakciótól, és a szavazók folyamatos, illetve többféle formában megvalósuló bevonását igyekszik megvalósítani. A kutatások tanulsága szerint a politika egyre inkább lehetővé teszi a politikus és az átlagemberek közvetlen kommunikációját. A magyarországi kampányokra vonatkozó vizsgálatok alapján állíthatjuk, hogy a rendszerváltás óta eltelt évtizedekben jelentős elmozdulás történik a személyre szabott politikai kommunikáció felé.

A politikai kommunikáció, mint a politikai nyelvek és diskurzusok változása

A magyar szakirodalomban kiterjedtnek mondható a közéleti-politikai diskurzusok kutatása. A beszédmódok és jelentések vizsgálatára, a jelentések értelmezésére, azok létrehozásának mikéntjére és a társadalmi kontextusainak a meghatározására, valamint mindezek időbeli változásainak leírására a diszkurzív politikatudomány (Szabó, 2003; Szűcs, 2010; 2015; 2018), és a habermasi deliberatív koncepció irányából érkezett kutatók (Heller – Rényi, 1995; Heller – Rényi, 2009; Bernáth – Messing 2012; Heller – Kriza, 2012; Sík, 2015; Bernáth – Messing, 2017) vállalkoznak. Az előbbieket konstruktivista alapon a politika nyelvének sajátos törvényszerűségeit, és a politikai aktorok által teremtett diszkurzív valóságokat kívánják megragadni. Az utóbbiak erősen normatív pozícióból bírálják a magyar nyilvánosság minőségét, a vitakultúrát, az elnyomó és kirekesztő beszédmódok terjedését. A diskurzuskutatások hosszabb távú megfigyelései közül számunkra különösen fontos az 1990 után intézményesült beszédmódok feltárása és a közbeszéd rossz minőségének tartóssága.

A politikai nyelvek kiépülésének története

Az antalli pillanat című könyvében Szűcs Zoltán Gábor a rendszerváltás körüli években négy fő politikai nyelv kiépülését regisztrálja, ezek: a szociológiai, az etnoradikális, a reálpolitikai és a nemzeti történeti nyelv. Szűcs ezeket a politikai közösségről, a politikai cselekvés céljáról és mikéntjéről, illetve a politika idejéről szóló konstrukcióik alapján különbözteti meg egymástól (Szűcs, 2010:43–74).

A *szociológizáló* nyelv politikai közössége a szocio-demográfia alapján rétegzett társadalom. A politikai cselekvést a hazai és a nemzetközi gazdasági kényszerek határozzák meg, a politikusok pedig mérnök-menedzserként jelennek meg. A politika időbeli dinamikáját a konjunktúrák és a válságok ritmusa adja.

Az *etnoradikális* beszédmód referenciapontja a nép, mégpedig a mindenkori hatalom kárvallottjaként feltűnő nép. A politikai cselekvés itt alárendelődik a magyarság specifikumainak, a sajátos magyar karakternek. A politikus feladata a magyar minőség felismerése, védelme és annak szakpolitikai szintű implementálása. A válság az etnoradikális nyelvben is fontos, ám elsősorban morális értelmezést kap: népességsökkenés, a helyi és vallási közösségek szétesése, a családi értékek elhagyása. Több szó esik a magyar sorscsapásokról, közös traumákról, kiemelten a Trianon traumáról, melyek a politika állandóságát, a múlt lezárhatatlanságát is magunkban hordozzák.

A *reálpolitika* beszédmódjában a politikai közösség a magyar államot jelenti, amelyet a nemzetközi politikai viszonyokban folyamatos kihívások érnek. A politikai cselekvés az ezekre a kihívásokra adandó gyors válaszok és kezdeményezések sora. A politika tehát a kiszámíthatatlanság, az esetlegességek és a lehetőségek terepe. A politika ideje a mindenkori jelen, az éppen aktuális szituációban a lehető legnagyobb siker elérése, mégpedig a még jelentősebb sikerrel kecsegtető jövő érdekében.

A *nemzeti történeti* diskurzus felvirágoztatása Antall József nevéhez kötődik, a Szűcs Zoltán Gábor által „antalli pillanatnak” nevezett három-négy év (1989–1993) jellegzetes politikai nyelve. A nemzeti történeti nyelv szerint a politikai közösség nem más, mint a magyar nemzet. Ez nem csupán az állampolgárok körét jelöli, hanem a Kárpát-medence magyarságát és az emigrációval kialakult külhoni diaszpórák tagjait is. A politikai cselekvés vezérelve a történeti folytonosság fenntartása, és az ahhoz való visszatérés. A demokratikus átmenet, a rendszerváltás utáni történések, a politikai és társadalmi folyamatok a nemzeti történelem részeként, annak kontextusában értelmeződnek. A politikus feladata nem más, mint a kontinuitás megteremtése.

Az integrációs diskurzustól a szuverenitás diskurzusig

A magyar politikatudomány képviselőit élen foglalkoztatta a nemzetközi kapcsolatokról, Európáról, Magyarország külpolitikájáról szóló politikai és értelmiségi diskurzus leírása.

Csizmadia Ervin a politikai elit nyugatos orientációjában két szakaszt különít el. A 1980-as évektől domináns diskurzus, azaz a *mintakövető* Európa-értelmezés 2010 környékén átfordul a minta, vagyis Nyugat-Európa és az Európai Unió kritikájává (2017:181–200).

A fent idézett Szűcs Zoltán Gábor egymástól jól elkülöníthető három szakaszra osztotta a nemzetközi politikával kapcsolatos beszédmódokat, ezek az átmenet heterogén diskurzusa, az integrációs diskurzus és a szuverenitásdiskurzus.

A rendszerváltás előtti és utáni igen rövid időszak jellemzője az *átmenet* diskurzusa volt, mely a bipoláris világrend szemléletét tükrözte. Magyarország sorsát a szuperhatalmak közötti erőviszonyokhoz kötik, és megjelennek a harmadik utas elképzelések is.

Az átmenet diskurzusát hamar leváltja az *integrációs* diskurzus, ami az euró-atlanti integráció politikai szükségességét hangsúlyozza. A NATO- és EU-tagság világpolitikai, morális és készpénzre váltható előnyeire épülő érvelés összekapcsolódik az EU-ellenes hangok és kapitalizmuskritikák megbélyegzésével, marginalizálásával. Az integrációt támogató érvkészlet kiterjed a jobbközép és balközép pártokra egyaránt, voltaképpen a politikai konszenzus részét képezi. Olyannyira, hogy az a bizarr, jöllehet érhető helyzet alakul ki, amelyben a legnépszerűbb pártok vetélkednek az integrációs diskurzus kisajátításáért.

Az integrációs diskurzus hegemoniáját a *szuverenitásdiskurzus* töri meg. Először a nyilvánosság fősodrából kiszorultak fórumain (*Magyar Fórum, Eszmélet, Barikád*), majd a Jobbik felemelkedésével és a Fidesz jobbra tolódásával a parlamentben, illetve a tömegmédia platformjain is egyre inkább hallható hangok szerint az EU és Magyarország érdeke sok esetben nem azonos, az érdekkonfliktusokban pedig a magyar szuverenitás érvényesülését kell elősegíteni.

A szuverenitásdiskurzus az integrációs diskurzus kontrasztív beszédmódja. Míg az integrációs diskurzusban azonnal felhangosítják, és kritika nélkül kezelik a Magyarországot ért külföldi bírálatokat, addig a szuverenitásdiskurzusban minden külső figyelmeztetés a belügyekbe történő indokolatlan beavatkozásnak számít. Közös pont azonban a leleplezés szándéka: mindkét nyelvi észjárásban jelen van az ellenvélemények mögötti rejtett szándékok és motívumok napvilágra hozatala. A szuverenitás diskurzusban a kritikusok sokszor külföldi ügynökként jelennek meg, míg az integrációs beszédmód a nemzetközi intézmények elleni támadások háttérben antiszemitizmust sejtet (Szűcs, 2015:363–375). Szűcs rámutat a diskurzusok összefonódására is: a szuverenitás és az integrációs diskurzus ugyanis nem zárja ki egymást. A legjobb példaként erre Orbán Viktor megszólalásait említi, aki rendre hitet tesz Magyarország szuverenitása mellett, miközben a nemzetek közötti szövetségre épülő erős Európát követel (Szűcs, 2015:366).

A konstrukciós eljárások változásai és folytonossága

Szabó Márton kutatásai alapján a közjóra és az ellenségre vonatkozó konstrukciós eljárások alakulásáról kapunk képet. A szerző a közjót diszkurzív természetű fogalomként értelmezi, amely csak azáltal létezik, hogy beszélnek róla. Kvalitatív elemzése a rendszerváltás utáni kormányzati törekvéseket vizsgálja a közjótématicák, illetve a diszkurzív magatartások tekintetében, a pártok dokumentumai és a politikusi megnyilvánulások alapján, tehát azt, hogy hogyan válik a közjó a definíciós küzdelem, a politika meghatározó elemévé. Az Antall-kormány esetében a közjó három ideáját azonosítja, ezek a demokrácia megteremtése, a politikai közösség határainak kitágítása és az 1945 előtti időszak rehabilitációja. A Horn-kormány jelentős változást hozott a közjó tekintetében, mivel az erről szóló nyilvános diskurzust „rosszízű ideologizálásnak” tartották. Az első Orbán-kormányt illetően Szabó Márton két stratégiát azonosít: a politikai közösségnek kell a közjót megteremtenie, valamint annak kialakítása az állam kötelessége, tehát a közjó képviselője az állami intézmények feladata. A szerző arra jut, hogy az 1998–2002 közötti kormányzat nem él a közjó integratív értelmezésének megteremtésével, és a konfrontatív diskurzust preferálja (Szabó, 2003:174–180).

Szabó Márton megállapításokat tesz az 1990 utáni ellenségképzés nyelvi fordulatait illetően is. Az elmúlt évtizedek baloldali diskurzusában a jobboldalt gyakran olyannak ábrázolták, mint amely folyton átlépi a demokrácia határát, megsérti a demokratikus normákat. A baloldali ellenségképzés eljárásaként a „metonimikus túláltalánosítást” (Szabó, 2005:15) elemzi, és megállapítja, hogy a sokféle jobboldal egy-egy megnyilatkozását és eseményét az egész jobboldali politikára, és annak vezetőire vetítik rá. Szabó Márton a Demokratikus Charta létrejöttének indoklását tartja a „metonimikus túláltalánosítás” első példájának, ami a Fidesz jobboldali fordulata után is a praxis része marad. A baloldal ellen irányuló ellenségkonstruáló taktika középontjában pedig a szerző azt a törekvést látja, hogy híveiket és vezetőiket kiszorítsák a nemzeti közösségből. Kezdeti már a kilencvenes évek elején megjelentek, de határozott formát akkor ölt, amikor a Fidesz magát és táborát elkezdte „nemzeti oldalként” nevezni. Ezt Szabó Márton olyan értelmezési logikának találja, amely alapján a megszólalók a politikát egymást kizáró ellentétpárra osztják fel: aki nem nemzeti, az nemzetietlen. Ennek kicsúcsosodását a 2002-es választási kampányban látja, különösen a kokárdaviselési gesztust azonosítja a jobboldali ellenségképzés tipikus példájának (Szabó, 2005:15–17).

A gyűlöletkeltés és a sztereotip fordulatok állandósága

A gyűlöletbeszéddel, antiszemitizmussal, a szegénységgel és a kisebbségek nyilvánosságbeli reprezentációjával kapcsolatos tanulmányok egybehangzó üzenete az, hogy a magyar közbeszéd durva. A rossz minőség forrásának a radikális jobboldalhoz kötődő fórumokat tekintik.

A hazai szakirodalom a radikális jobboldal 1998-as választási sikerei után kezd erősebben érdeklődni a Csurka Istvánhoz, a MIÉP-hez, valamint a Vasárnapi Újsághoz, a Magyar Fórumhoz és a Pannon Rádióhoz kötődő megszólalók kommunikációja iránt. Az első reflexiók a dokumentáció és a leleplező kritikus olvasat céljából születnek: az antiszemitizmus jeleit keresték és mutatták ki. Ezek és a későbbi munkák a közeget összefogó, időben nagy állandóságot mutató diszkurzív jegyként tárgyalják a zsidóellenességet és a romák megbélyegzését (Mihancsik 2001; Gerő 2001; Hack 2002; Kriza, 2002; Mihancsik 2002; Monori 2002; Glózer, 2013; 2014). Pál Gábor kutatásából pedig a gyűlöletbeszéd kapcsán fel-fellángoló politikai viták jellemzőiről kapunk képet: míg a baloldali megszólalók az „*agresszív nacionalizmus*” és rasszizmus szóképzésére, addig a jobboldaliak a magyar-, keresztény- és egyházellenes fordulatokra reagálnak érzékenyen (Pál, 2012:52).

Az ezredfordulón az antiszemitizmus mellett a romák médiareprezentációjának kritikai vizsgálata is megsűrösödött. Az elemzések konklúziója szerint a rendszerváltás előtti és utáni médianyilvánosság alig különbözik az empátiahiányt, kategorizációt, sztereotípiákat, etnocentrizmust és a romák alárendelt kommunikációs pozícióját illetően (Bernáth – Messing, 1998; Messing, 1998; 2003). A legutóbbi időkben a bevándorlással kapcsolatos kormányzati kampányok és azok médiatálalásának vizsgálatával mutatnak rá a

dehumanizáló szókészlettel, militáris nyelvvel, félelemkeltő képi és verbális eszközök alkalmazásával működő tömegkommunikációs mechanizmusokra (Bernáth – Messing, 2015; 2017).

A magyarországi sajtót és médiát monitorozó kutatók, civil szervezetek (például Független Média Központ) és az Országos Rádió és Televízió Testület elemzései szerint a gyűlöletbeszéd és a diszkurzív kirekesztés példái a 2000-es évekre mind az írott, mind az elektronikus sajtóban látványosan elszaporodnak (Gerő *et al.*, 2002; Gerő *et al.*, 2017). Olyannyira, hogy bizonyos szerzők az évek alatt egyre hangosodó és a cigányságot megbélyegző médiadiskurzust teszik felelőssé a politika radikalizálódásáért, pontosabban a Jobbik előretöréséért (Karácsony – Róna, 2010; Bernát *et al.*, 2013; Feischmidt – Szombati, 2014).

Összegzés

A tanulmány a politikai kommunikáció magyar szakirodalmát tekintette át, mégpedig azért, hogy a rendszerváltás utáni időszak közel három évtizedéről átfogó megállapításokat tárjon az olvasó elé. Az explicit történeti szemlélet hiányzik a magyar munkákból, a hazai politikai kommunikáció fejlődéséről meglehetősen el-lentmondásos értékelések láttak napvilágot.

A sajtószabadság-irodalmakat és a kritikai diskurzus kutatásokat olvasva a magyar média szomorújátéka rajzolódik ki előttünk. Az előbbieket szerint, míg a rendszerváltás utáni években a sajtószabadság nagyon változékony volt, 2010-től egyértelműen romló tendenciát mutat. A kritikai diskurzus kutatások pedig a közbeszéd folyamatos durvaságát mutatják ki: a rasszista, antiszemita, kirekesztő, dehumanizáló nyelvi fordulatok a magyar politikai kommunikáció állandó jellemzője. A napirendkutatások és a kampánykutatások a magyar és a nyugat-európai fejlemények közötti hasonlóságokra világítanak rá, a hazai politikai kommunikáció nyugatos jellemzőit tárják fel. A leíró diskurzus kutatások a politikai nyelvek pluralitásáról, a politikai elit eltérő nyelvi eszközkészleteiről és azok kontrasztív fejlődéséről szólnak.

Ahelyett, hogy bármelyik iskolát diszkreditálnánk, az értékelések közötti különbségek okának a vizsgálatok háttérében álló paradigmák vakfoltját tekintjük. Ha már vakfolt: könnyű észrevenni a rendszerváltás utáni politikai kommunikáció kutatások elitizmusát. A pártok, a politikai vezetők és a nagymédia (eminensen: a közéleti sajtó) közötti interakciók feltárása mellett alig jutott figyelem az állampolgárok és az intézményes csatornákon vagy mechanizmusokon túli megszólalások elemzésére. A politikai kommunikációról szóló kutatások további korlátja a szöveggéközpontú vizsgálatok dominanciája, másként fogalmazva: a multimodális elemzések hiánya.

Azt is észrevételeztük, hogy a hazai írások erősen kötődnek a nemzetközi szakirodalomhoz. A politikai kommunikáció kutatásának iránytűje valamely külföldi – döntően angolszász vagy nyugat-európai – szerző által kidolgozott teória, melyet a szerzők a magyar adatokra vetítve igyekeznek kibontani. A nemzetközi kapcsolódás hasznát nem vitatjuk – sőt üdvözljük –, ám annak egyenlőtlenségére hívjuk fel a figyelmet: a hazai kutatások eddig többnyire adatok beszállítójaként vettek részt a tudástermelésben, elméleti és módszertani újdonságokkal még nem sikerült betörni a tudományos piacra.

Felhasznált irodalom

Antal Zsolt – Gazsó Tibor (2005): *Magyar médiabehelyzet*. Budapest: Századvég.

Bajomi-Lázár Péter (2000): *Közszolgálati rádiózás Nyugat-Európában*, Budapest: Új Mandátum Kiadó.

- Bajomi-Lázár Péter (2001): *A magyarországi médiaháború*. Budapest: Új Mandátum.
- Bajomi-Lázár Péter (2002a): Közzszolgálati televíziózás Közép- Kelet- Európában. *Médiakutató*, 2002 Nyár.
- Bajomi-Lázár Péter (2002b): Választási kampány a magyar sajtóban. *Médiakutató*, 2002 Ősz.
- Bajomi-Lázár Péter (2009): A politikai propagandától a politikai marketingig. *Médiakutató*, 2009 Nyár.
- Bajomi-Lázár Péter (2010): *Média és politika*. Budapest: PrintXBudavár Zrt.
- Bayer Judit (2011): Az új médiatörvény sajtószabadságot korlátozó rendelkezései. *Médiakutató*. 2011 Tavasz.
- Bárány Anzelm (2013): Volt egyszer egy sajtószabadság. Média és politika 1987–1997. In: Paál Vince (szerk.): *A magyarországi médiaháború története. Média és politika 1989–2010*. Budapest: Complex. pp. 295–339.
- Beck László – Bíró-Nagy András – Róna Dániel: Szabadesésben. Az MSZP 2006–2010 közötti népszerűségvesztésének politikai napirendi magyarázatai. In: Enyedi Zsolt, Szabó Andrea, Tardos Róbert (szerk.): *Új képlet. Választások Magyarországon, 2010*. Budapest: Demokrácia Kutatások Magyar Központja Alapítvány, 2011, pp. 193–216.
- Bernát Anikó – Juhász Attila – Krekó Péter – Molnár Csaba (2013): A radikalizmus és cigányellenesség gyökerei a szélsőjobboldal szimpatizánsai körében. In: Kolosi Tamás, Tóth István György (szerk.): *Társadalmi riport 2012*. Budapest: TÁRKI. pp. 355–376.
- Bernáth Gábor – Messing Vera (1998): „Vágóképként, csak némában”. *Romák a magyarországi médiában*. Budapest: Nemzeti és Etnikai Kisebbségi Hivatal.
- Bernáth Gábor – Messing Vera (2015): Bedarálva. A menekültekkel kapcsolatos kormányzati kampány és a tőle független megszólalás terepei. *Médiakutató*, 2015 Tél.
- Bernáth Gábor – Messing Vera (2017): Biztonsági fenyegetés vagy humanitárius katasztrófa? A politikai jelentésképzés és beszivárgása médiába. *Médiakutató*, 2017 Tavasz.
- Bernáth Gábor – Messing Vera (2012): Szélre tolva. *Médiakutató*, 2012. Tavasz.
- Boda Zsolt – Patkós Veronika (2015): A „politikai kormányzás” a média- és a közpolitikai napirendek tükrében 2010 és 2014 között. *Politikatudományi Szemle*, 2015/4. pp. 68–93.
- Boda Zsolt – Sebők Miklós (2018): *A magyar közpolitikai napirend. Elméleti alapok, empirikus eredmények*. Budapest: MTA TK.
- Csizmadia Ervin (2017): *A magyar politikai fejlődés logikája*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Feischmidt Margit – Szombati Kristóf (2014): A hagyományok visszatérése, a cigányellenesség és a jobboldali radikalizmus: Gyöngyöspata 2011. In: Feischmidt Margit (szerk.): *Nemzet a mindennapokban: Az újnacionalizmus populáris kultúrája*. 473. o. Budapest: L'Harmattan Kiadó, 2014. pp. 371–400.
- Gerő András szerk. (2001). *Antiszemita közbeszéd Magyarországon 2000-ben*. Budapest: B' nai B' rith Első Budapesti Közösség.
- Gerő András - Szilágyi-Gál Mihály - Bernáth Gábor - Monori Áron (2002). Gyűlöletbeszéd a mai magyar sajtóban. Kerekasztal-beszélgetés. *Médiakutató*, 2002 Tavasz.
- Gerő Márton – Plucienniczak, Piotr – Kluknavska, Alena – Navrátil, Jiri (2017). Understanding Enemy Images in Central and Eastern European Politics. *Intersections. East European Journal of Society and Politics*, 3(3): 14-40. DOI: 10.17356/ieejsp.v3i3.365
- Glózer Rita (2013): A „cigányok” mint ellenség diszkurzív konstrukciói a hazai online szélsőjobboldali médiában, In: Szerk.: Bogdán Mária, Feischmidt Margit, Guld Ádám: *"Csak másban": Romareprezentáció a magyar médiában*. Budapest; Pécs: Gondolat; PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, 123–140.

- Glózer Rita (2014): A nemzet helyreállítása a magyarországi nemzeti radikális mozgalom ellenségtematizáló diskurzusaiban, In: Feischmidt Margit (szerk.): *Nemzet a mindennapokban: Az újnacionalizmus populáris kultúrája*. Budapest: L'Harmattan Kiadó, pp. 159–208.
- Gyuricza Péter (2013): *Hogyan változott a média az utóbbi három évtizedben Magyarországon?* Doktori disszertáció. Színház- és Filmművészeti Egyetem Doktori Iskola.
- Hack József (2002). Az ellenség arcai: A Magyar Fórum antiszemitizmusa (1994–1999). In: Csepeli György – Örkény Antal szerk.: *Gyűlölet és politika*. Friedrich Ebert Alapítvány: Budapest, 254–302.
- Hankiss Elemér (2000): Médiaháború. 2000. 2000/november, 11
- Heller Mária - Kriza Borbála (2012): Hungarians and Europe, In: Magdalena Góra, Zdzislaw Mach, Katarzyna Zielinska (szerk): *Collective Identity and Democracy in the Enlarging Europe*. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag, 69–101.
- Heller Mária – Rényi Ágnes (1995): Diszkurzív stratégiák az új magyar nyilvánosságban. In: Kapitány Ágnes – Kapitány Gábor (szerk): „*Jelbeszéd az életünk.*” *A szimbolizáció története és kutatási módszerei*. Budapest: Osiris – Századvég, 432 – 447.
- Heller Mária – Rényi Ágnes (2009): Vita Magyarország NATO-csatlakozásáról, In: Somlai Péter, Surányi Bálint, Tardos Róbert, Vásárhelyi Mária (szerk): *Látás-viszonyok: Tanulmányok Angelusz Róbert 70. születésnapjára*. Budapest: Pallas Lap és Könyvkiadó Vállalat, 227–262.
- Horváth Attila (2013): A magyar média a rendszerváltástól 1998-ig. In: Paál Vince (szerk): *A magyarországi médiaháború története. Média és politika 1989–2010*. Budapest: Complex, 17–122.
- Juhász Gábor (2003): Az országos minőségi napilapok piaca, 1990–2002. *Médiakutató*, 2003 Tavasz.
- Karácsony Gergely – Róna Dániel (2010): A Jobbik titka. A szélsőjobb magyarországi megerősödésének lehetséges okairól. *Politikatudományi Szemle*, 2010/1, 31–63.
- Kéri László (2005): Média, politika, pártok *Politikatudományi Szemle*, 2005/1, 81–103.
- Kiss Balázs (2005): Marketing Culture and the Celebrity Politician. The Restyling of Politics in Hungary. Paper prepared for the ECPR workshop „New Direction of Cultural Politics”, 2005 Pisa, Italy.
- Kiss Balázs – Mihályffy Zsuzsanna – Szabó Gabriella (2007): *Tükörijáték: A 2006-os országgyűlési választási kampány elemzése*. Budapest: L'Harmattan.
- Kiss Balázs (2007): A nagy ígéret: Az MSZP kampánya. In: Kiss Balázs-Mihályffy Zsuzsanna-Szabó Gabriella: *Tükörijáték: A 2006-os országgyűlési választási kampány elemzése*. Budapest: L'Harmattan, 24–48.
- Kiss Balázs – Mihályffy Zsuzsanna – Szabó Gabriella: Korszakováltások a politikai kommunikációban OTKA projekt zárójelentés 2009., <http://nyilvanos.otka-palyazat.hu/index.php?menuid=930&num=49546> http://real.mtak.hu/2414/1/49546_ZJ1.pdf letöltés: 2019. 03. 16.
- Kiss Balázs – Szabó Gabriella (2015): Politikai kommunikáció. In: Körösenyi András (szerk.): *A magyar politikai rendszer – negyed század után*. Osiris – MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont PTI Budapest, 333–353.
- Kitta Gergely (2013): A magyar média történetének fordulatos évei 2002–2010. In: Paál Vince (szerk.): *A magyarországi médiaháború története. Média és politika 1989 – 2010*. Budapest: Complex, 199–294.
- Koltay András (2010) A médiaalkotmányról. *Közjogi Szemle*, 14, 19–26.
- Körösenyi András, Tóth Csaba, Török Gábor (2003): *A magyar politikai rendszer*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Kriza Borbála (2002). Ellenségdiskurzusok. Csurka István retorikája. In: Csepeli György – Örkény Antal szerk.: *Gyűlölet és politika*. Friedrich Ebert Alapítvány: Budapest, 232–253.

- Lampé Ágnes (2010): Médiakáosz. Schiffer János (MSZP) és Cser-Palkovics András (Fidesz-MPSZ) a kereskedelmi rádiók és a közszolgálati televízió ügyeiről. *Médiakutató*, 2010 Tél.
- Lampé Ágnes (2011): Médiaszabályozás: pró és kontra. Simon Éva, Széky János, Hanák András, Polyák Gábor, Koltay András, Nyakas Levente és Lapsánszky András a 2010-es médiatörvény-csomagról. *Médiakutató*, 2011 Tél.
- Merkovity Norbert (2008): Politikai kommunikáció és politikai marketing. *Politikatudományi Szemle*, 2008/4. 77–100.
- Messing Vera (2013): Változás és állandóság. *Médiakutató*, 2013 Tavasz–Nyár.
- Micsinai István (2018): Média. In: Boda Zsolt – Sebők Miklós (szerk.): *A magyar közpolitikai napirend. Elméleti alapok, empirikus eredmények*. Budapest: MTA TK, 65–74.
- Mihályffy Zsuzsanna (2009a): *Politikai kampánykommunikáció elméletben és gyakorlatban*. Budapest: L'Harmattan.
- Mihályffy Zsuzsanna (2009b): From database to relationship marketing. The case study of Fidesz. (2009). In: Jennifer Lees-Marshment: *Political Marketing: Principles and Applications*. Oxon: Routledge.
- Mihályffy Zsuzsanna – Szabó Gabriella (2010) szerk.: *Árnyékban: Az európai parlamenti választási kampányok elemzése*. MTA Politikatudományi Intézet, Budapest. https://politikatudomany.tk.mta.hu/uploads/files/2014/sps4_arnyekban.pdf letöltés: 2019. 03. 20.
- Mihancsik Zsófia (2001). Árulkodó idézetek. In: Gerő András (szerk.) *Antiszemita közbeszéd Magyarországon 2000-ben*. Budapest: B'nai B'rith Első Budapesti Közösség.
- Mihancsik Zsófia (2002). A Vasárnapi Újság antiszemizmusa és populizmusa. In: Csepeli György – Örkény Antal szerk.: *Gyűlölet és politika*. Friedrich Ebert Alapítvány: Budapest, 364–399.
- Monori Áron (2002). Egy antiszemita lap és egykori szellemi előfutára. *Médiakutató*, 2002 Tavasz.
- Paál Vince (2013): A magyar média a polgári kormány időszakában, 1998 – 2002. In: Paál Vince (szerk.): *A magyarországi médiabáború története. Média és politika 1989–2010*. Budapest: Complex, 123–198.
- Papp Zsófia (2013): Kampány-perszonalizáció Magyarországon a képviselők szemével. *Politikatudományi Szemle*. 2013/4., 37–56.
- Pál Gábor (2012): *A gyűlöletbeszéd fogalma a politikai vitákban. Értelmezések és alkalmazások*. Studies in Political Science. Politikatudományi tanulmányok. Vol 2. No 2.
- Polyák Gábor (2011): A médiapiac szabályozása az új médiatörvényben. *Médiakutató*, 2011 Tavasz.
- Polyák Gábor (2012): Médiaszabályozás és gazdasági mozgástér. *Médiakutató*, 2012 Ősz.
- Polyák Gábor – Uszkiewicz Erik szerk. (2014): *Foglyul ejtett média. Médiapolitikai írások*. https://meretek.eu/wp-content/uploads/2016/09/szeliden_foglyul_ejteni.pdf Letöltés ideje: 2019. július 12.
- Rigó Ágnes (2007): Kampány a bulvár sajtóban. In: Kiss Balázs-Mihályffy Zsuzsanna-Szabó Gabriella: *Tűrkörjáték: A 2006-os országgyűlési választási kampány elemzése*. Budapest: L'Harmattan, 256–282.
- Rigó Ágnes (2010): A kampány médiatálalása: A bulvársajtó politikai napirendje az európai parlamenti választások előtt. In: Mihályffy Zsuzsanna – Szabó Gabriella (szerk.): *Árnyékban: Az európai parlamenti választási kampányok elemzése*. MTA Politikatudományi Intézet, Budapest.
- Róna Dániel (2014): *Jobbik-jelenség. Doktori értekezés*. Budapesti Corvinus Egyetem Politikatudományi Doktori Iskola. DOI: 10.14267/phd.2015002
- Sík, Domonkos (2015): Incubating radicalism in Hungary – the case of Sopron and Ózd. Intersections. *East European Journal of Society and Politics*, 1(1), 100–120. doi: <https://doi.org/10.17356/ieejsp.v1i1.31>.

- Sipos Balázs (2005): A politológus kommunikál a tematizációról, előadás a Zsigmond Király Főiskola és a Médiautató 2004. december 10-én rendezett „Politikai kommunikáció 2004” c. konferenciájáról. *Médiautató*, 2005 Tavasz.
- Sükösd Miklós (1992): Médiaháború Magyarországon. *Mozgó Világ*, október.
- Sükösd Miklós (2004): Mobildemokrácia. *Médiautató*, 2004 Nyár.
- Szabó Gabriella (2007): Kampány és média: a kampány médiatálalása. In: Kiss Balázs – Mihályffy Zsuzsanna – Szabó Gabriella (szerk.): *Tükörijáték: A 2006-os országgyűlési választási kampány elemzése*. Budapest: L'Harmattan, 223–230.
- Szabó Gabriella – Mihályffy Zsuzsanna – Kiss Balázs szerk. (2011): *Kritikus kampány: A 2010-es országgyűlési kampány elemzése*. Budapest: L'Harmattan Kiadó.
- Szabó Gabriella (2011): Vox Pop – A populáris média politikaképe a 2010-es országgyűlési választási kampány idején. *Politikatudományi Szemle*. 2011/1., 75–94.
- Szabó Márton (2003): *Diszkurzív politikatudomány*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Szabó Márton (2005): Ellenség és ellenfél a politikában. *Politikatudományi Szemle*. 2005/1., 9–20.
- Szűcs Zoltán Gábor (2010): *Az antalli pillanat*. Budapest: L'Harmattan Kiadó.
- Szűcs Zoltán Gábor (2015): A magyar politikai gondolkodás nemzetközi horizontja. In: Körösenyi András (szerk.): *A magyar politikai rendszer – negyed század után*. Osiris – MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont PTI Budapest, 2015, 355–375.
- Szűcs Zoltán Gábor (2018): A trollkodás politikája. In: Böcskei Balázs – Szabó Andrea (szerk.): *Várakozások és Valóságok. Parlamenti választások 2018*. Napvilág Kiadó, 438–443.
- Tamás Pál (2001): A tematizációról. In: Béres István – Horányi Özséb (szerk.): *Társadalmi kommunikáció*. Budapest: Osiris Kiadó, 139–151.
- Tóth Csaba – Török Gábor (2001): Politikai napirend, 2000: Az egyiknek sikerül, a másiknak nem. In: Kurtán, Sándor, Vass (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve, 2001*. Budapest: Demokrácia Kutatások Magyar Központja Alapítvány, 132–147.
- Tóth Csaba – Török Gábor (2002): Politikai napirend, 2001: Kiegyenlítettebb tematizációs verseny a választások előtt. In: Kurtán, Sándor, Vass (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve, 2002*. Budapest: Demokrácia Kutatások Magyar Központja Alapítvány, 167–188.
- Tóth Csaba – Török Gábor (2002): *Politika és kommunikáció*. Budapest: Századvég Kiadó.
- Török Gábor (2005): *A politikai napirend*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Török Gábor (2005): Politikai napirend, 2004. A fordulatok éve. In: Sándor Péter-Vass László (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve 2004-ről*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány Budapest, 43–63.
- Török Gábor (2006): Politikai napirend, 2005: A kvázi-kétpárti verseny éve. In: Sándor Péter – Vass László (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve 2005-ről*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány Budapest, 50–71.
- Török Gábor (2007): Politikai napirend, 2006: Tendenciák és határok. In: Sándor Péter – Vass László (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve 2006-ról*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány Budapest, 89–103.
- Török Gábor (2008): A „rég” és az „új” napirend. In: Sándor Péter-Vass László (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve 2007-ről*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány Budapest, 51–64.

Wisinger István (2008): *A televízió háborúba megy.* Budapest: Antenna-könyvek.

Negyedszázad politikai kommunikációjának dimenziói

Aktorok

Kiss Balázs

Manapság a politikai kommunikáció leglátványosabb komponense és legerősebb sugallata, hogy a politikában személyek, mégpedig a politikusok a legfontosabbak. Eszerint jelentős szerepet játszanak ugyan a szervezetek és az írott, valamint képi kommunikációs tartalmak, de ezeket is sokszor személyek jelenítik meg, ezek is sokszor személyekről szólnak, legalább annyiban, hogy az ő akaratukat testesítik meg. Nem volt ez mindig így a vizsgált huszonöt év alatt, ugyanis sokáig úgy tűnhetett, hogy a politikus nem több mint a pártjának a tartozéka, ügyek megszemélyesítője, tehát nem autonóm cselekvő, ezért a politikai szervezetekre kell összpontosítani, sőt, a mögöttük meghúzódó érdekcsoportokra, támogatói körökre, esetleg társadalmi osztályokra, ha meg akarjuk érteni a közélet történéseit.

A jelen fejezet ezt a változást próbálja bemutatni, vagyis azt, hogy a politikai kommunikációban, a nyilvánosságban ki vagy mi jelenik meg a fejlemények mozgatójaként, bármilyen legyen is amúgy a döntéshozatal valós menete, és azt, hogy aki, vagy ami megjelenik, az hogyan épül fel, hogyan konstruálódik meg a politika aktoraként. Az alábbiakban tehát a magyar politikai kommunikáció huszonöt évének legfontosabb aktorait, az aktor konstruktumok fő típusait, valamint az aktor konstruálás fő eljárásait mutatom be.

Az aktorok mibenléte

Aktornak nevezzük a szemiotikai erőforrások közül azokat, amelyek politikai cselekvőnek vannak megkonstruálva. Aktor lehet politikus, párt, kormány, újság, televízió csatorna, internetes portál, közösségi média oldal, de aktor lehet egy-egy társadalmi csoport, szervezet vagy mozgalom is, amennyiben a nyilvánosságban a politikai élet cselekvő részeseként, mozgatójaként jelenik meg elég sok állampolgár számára ahhoz, hogy hihető legyen: ő is alakítja a közéletet.

A definícióból látható, hogy az aktor nem más, mint konstruktum, vagyis nem húsvér ember vagy valós épülettel rendelkező szervezet, vagy média, hanem konstrukciós erőfeszítések aktuális eredménye, terméke. Az aktor termék, tehát elválik a húsvér és kézzelfogható politikai szereplőtől, jóllehet az esetek túlnyomó részében az utóbbiak mintegy az alapjaként szolgálnak; ilyen értelemben a politizáló személynek vagy szervezetnek kettős teste, kettős létezése van: a biológiai, fizikai egyfelől és a társadalmilag, politikailag konstruált másfelől. Például Gyurcsány Ferenc biológiai lény, ugyanakkor a politikában aligha ez számít, még akkor sem, ha maga a szereplő Gyurcsány Ferenc minél többet megpróbál ebből az ő politikán kívüli létezéséből láttatni a politikai nyilvánosságban, tehát minél inkább próbálja felszámolni a magán és a nyilvános önmaga közötti határvonalat. Ez utóbbit azonban a társadalomszemiotikai megközelítés szerint alighanem azért teszi, pontosabban az ilyen erőfeszítés úgy csapódhat le, hogy azt sugallja, mintha a politikus autentikus lenne, azonos lenne önmagával, nem szerepet játszanék, hiszen, lám, ugyanolyan a magán életében, mint a közéleti cselekvéseikor, márpedig e két életen túl többel ő sem rendelkezik.

A definíció azt is előre bocsátja, hogy az aktor mindig aktuálisan van politikai cselekvőnek megkonstruálva. Ez arra utal, hogy az aktornak konstruálás folyamatos tevékenység, ezért a konstruktumnak sosem tartós, hanem mindig csak pillanatnyi állapota van. Ez azért lényeges, mert az aktor sohasem végleges, paradox módon még akkor sem, ha tartósan ugyanazok az elemek alkotják az építményét. A konstrukciós erőfeszítések folyamatosan zajlanak, tulajdonképpen csak addig politikai aktor valaki vagy valami, ameddig mások vagy a saját cselekvő oldala konstruálja őt; mielőtt a konstruálás megszakad, az aktor eltűnik a politikai kommunikációból, hiszen senki és semmi nem említi, nem mutatkozik együtt vele többé, vagyis nem számít

cselekvőnek. Utóbb előhozható a politikai emlékezetből, de amíg ez nem történik meg, az aktor nem létezik. Az aktor folyékonyága, a stabilitásának a hiánya pedig azért mondható ki még akkor is, ha a konstruktum ugyanazokból az elemekből épül fel a különböző időpillanatokban, mert a környezet folyamatos változása a változatlan aktort is megváltozott kontextusba helyezi, ezért például annak a következtében változik a konstruktuma, hogy társul hozzá a tartósság eleme.

Az aktor politikai kommunikációs jelentőségének megértését erősen zavarja az összekeverhetősége a politikai szereplővel. Kutatásunkban a szereplő, a politikai szereplő alatt olyan személyeket és szervezeteket értettünk, akik és amelyek a mindennapokban „csinálják” a politikát, tehát aktivitást fejtenek ki a politika terén: beszélnek, írnak, cselekednek, megjelennek valahol, valahogyan öltöznék és így tovább. Ennek az aktivitásnak egy része a nyilvánosság számára láthatatlan, másik része látható. A politikai kommunikáció kutatása a mi esetünkben kizárólag a látható rész feldolgozására irányult. A politikai szereplő a nyilvános aktivitásának egy részét vélhetően kifejezetten önmaga vagy valamely másik szereplő konstruálásának szánja: mond saját magáról valamit, jellemez valamilyen aktív szereplőt. Az aktorok köre és leírása ezeknek a szereplők általi konstrukciós erőfeszítéseknek a számbavételén alapult. Azt vizsgáltuk, hogy milyen visszatérő személyes és szervezeti aktorok, aktor típusok és konstrukciós eljárások voltak jelen a magyar politikai kommunikációban az 1990-től 2015-ig tartó időszakban.

Előfordul, hogy egy-egy politikus vagy szervezet egy adott időszakban aktor, máskor viszont nem az. Például Antall József egészen a haláláig a közélet cselekvő formálójaként van megkonstruálva, tehát aktor. Amikor azonban meghal, és ezt a róla kommunikálók tudomásul is veszik, többé nem konstruálják cselekvőnek, jóllehet sokat beszélnek és írnak róla. Ekkortól azonban ő legfeljebb metafora lehet, tudniillik bizonyos politikai tettek, eszmék, kormányzati gyakorlat, politikai közösség stb. metaforája.

Nem szükséges a politikusnak meghalni ahhoz, hogy megszűnjék aktornak lennie, és nem kell feltámadnia sem ahhoz, hogy kihagyás után újra aktorrá váljék. Göncz Árpád az elnöki periódusait követően megszűnt aktornak lenni, mert visszavonult, ezért senki sem tekintette többé a magyar politikai élet cselekvő, alakító szereplőjének. Egy időre azonban visszatért, mégpedig 2002 tavaszán, a választások két fordulója között, amikor Medgyessy Péter és Kuncze Gábor látogatást tett nála, amivel azt sugallták, hogy Göncz Árpád cselekvő közéleti személy, s mivel a volt elnök fogadta őket, ezért maga is hozzájárult az aktorrá történő konstruálásához.

Az aktor készlet változásai

Az aktorok szférájában a huszonöt év alatt zajló egyik tendencia az, hogy a személyközpontú aktor konstrukció fölébe kerekedik a szervezetközpontúnak. A kettő közötti váltás valamikor a kilencvenes évek második felében indul el, és pedig az Orbán Viktor nevű konstruktum kiemelkedésével, és annak a megváltozásával, ahogyan a politikust a magyar politikai közeg percipialja. Ezt az időszakot megelőzően a személyes aktor inkább csak kivétel, ettől kezdve azonban uralkodó mintává válik, ami abból olvasható ki, hogy mások is az Orbán Viktor nevű aktort létrehozó konstrukciós mintát követik.

A korai időszakban a politikai kommunikáció nem személyes aktorokkal volt tele, tehát nem aktornak megkonstruált emberekkel, vezető politikusokkal, hanem szervezetekkel, intézményekkel. Egyetlen elfogadott kivétel volt ez alól, Antall József miniszterelnök, és pedig azért, mert sokan látták úgy, hogy a saját pártját nem más, mint az ő személye tartja össze. Ezt a perszónális jelentőséget erősítette az a közjogi helyzet, hogy a miniszterelnöknek volt kormánya és nem a kormánynak elnöke. Normasértőnek minősült minden más olyan politikus, aki túlságosan magára, a saját személyére vonta a figyelmet, aki túlságosan is személyes politikai cselekvőnek, tehát aktornak mutatkozott, például Torgyán József vagy Csurka István.

A politikában tehát szervezetek és intézmények látszottak mozogni, a személyek őket jelenítették meg, az ő függelékeik, perszonalizációik voltak. Ennek az intézményközpontúságnak a kommunikációs kontextusát többek között az adta, hogy a legfontosabb feladatnak a nyugati, a demokratikus intézményrendszer megteremtése minősült, valami olyasféle felfogásban, hogy az intézmények önmagukban is biztosítani tudják a demokráciát és a piacgazdaságot. Eszerint a közélet állapotát nem a lecserélhető személyek, hanem a stabil intézmények, az intézmények nyugati típusú konfigurációja határozza meg, legalábbis hosszú távon, de a durvább kilengések automatikus csillapítása és megakadályozása, a fékezések és ellensúlyozások révén rövid távon is.

A jobboldalban ébredt legelőször kétely ezzel a felfogással kapcsolatban, mégpedig amiatt, hogy úgy látták, a Kádár-rendszerből megörökölt államapparátus mégsem semleges köztisztviselőkből áll, hanem a személyek folyamatossága okán tovább örökíti a baloldali eljárásokat, így akarva-akaratlanul akadályozza a kormány társadalom átalakító erőfeszítéseit. Ezért aki változtatásokat akar, annak elsősorban az intézményeket működtető személyeket kell lecserélnie, de persze kellő politikai és törvényhozási erő birtokában magát a rendszert is.

Különösen megerősítette a korai idők intézményközpontúságát az a baloldali üzenet és diskurzus, mely 1994-ben választási győzelmet és 71 százalék fölötti parlamenti mandátumarányt eredményezett, és amely az ügyintéző szakértelemre helyezte a kommunikációban a hangsúlyt. A baloldal szocialista része azt hirdette, hogy a politika nem más, mint intézkedések sorozata, ezeket az intézkedéseket pedig nem az egyéni akarat befolyásolja, hanem az objektív, és ezen belül az intézményes determináció. A politikai kérdések nem ideológiaiak meg filozófiaiak, hanem szinte kizárólag szakpolitikaiak, ezért végső soron szakmai kérdések. A szakmaiság pedig azt indukálja, hogy a megoldásokat szakmai körök, szakértők bevonásával kell keresni, akiket intézmények legitimálnak.

Nem csökkentette ennek a baloldali felfogásnak a hatását a kormánykoalíció másik pártjának, az SZDSZ-nek a kommunikációja sem. Igaz ugyan, hogy a párt egy darabig azt kötötte ki, hogy Horn Gyula miniszterelnöksége esetén nem lép be a koalícióba, de végül megváltoztatta a döntését, tehát a személy nem volt elég fontos ahhoz, hogy kizáró ok legyen. Ráadásul az SZDSZ 1990 óta általában is kis jelentőséget tulajdonított a saját vezető politikusainak a kommunikációban. Kis János, a párt elnöke még parlamenti képviselőiséget sem próbált szerezni a 90-es választásokon, nem hogy miniszterelnöki ambíciói lettek volna, holott az SZDSZ volt a két legerősebb párt egyike. A liberálisok a többi párthoz képest sűrűn váltogatták ugyan az elnököket Kis János visszavonulását követően, de Tölgyessy Péterrel kifejezetten az volt a vezető megszólalóknak a problémája, hogy túlságosan egyszemélyű vezetést valósított meg. Végül, és megpecsételő a személy másodlagos fontosságával kapcsolatos álláspontjukat, olyan elnököt választottak az 1994-es választásokra, aki sem erős ambíciókat nem mutatott, sem nem rendelkezett hosszú időre visszanyúló ellenzéki vagy liberális profillal, tehát egyéni tekintéllyel.

A Fidesz, az ellenzéki oldal további szereplője nem különbözött a többi párttól ebben az időszakban, jóllehet Orbán Viktorral már 1994 elején külön interjúkötet jelent meg, tehát a személye kezdett kiemelkedni a párt vezetői közül, különösen azt követően, hogy 1993 végén távozott Fodor Gábor, a pártnak arculatot adó másik politikus. De mind az 1990-es, mint pedig az 1994-es kampánytevékenység inkább állította az előtérbe a vezetők nagyobb csoportját, esetenként a gyermekeikkel együtt, mint egyetlen személyt – szemben azzal, ahogyan azt az MDF Antall József 1990-es, majd az SZDSZ Kuncze Gábor 1994-es kiemelésével tette.

Ha Antall József, vagy – másképpen – Torgyán József és Csurka István kivétel volt 1990 és 1993 között, mintegy jobboldali specifikum, melyet értetlenség vagy elutasítás fogadott a nyilvánosságban, addig Orbán Viktor az által is tűnt az antalli hagyományok folytatójának, hogy személyessé tette, perszonalizálta a kormányzást, majd általában is a jobboldali politikát. De ugyanilyen elmozdulásokat látunk a jobboldalon a Für Lajos utáni MDF-ben Lezsák Sándor kommunikációs erőfeszítéseiben, abban, hogy Torgyán József egyre inkább kizárólagos vezetőjévé válik az FKGP-nek, Csurka István a MIÉP-nek, Dávid Ibolya a későbbi MDF-nek.

A baloldal ezzel szemben rendre vezérhiánnyal küzd. Az MSZP nagyon nehezen talál magának miniszterelnök-jelöltet a 2002-es választásokat megelőzően, s hogy a párton kívüli Medgyessy Pétert találja meg, jelzi, hogy a pártban meglevő vezérigény, mely Németh Miklóst emelné ki, még nem elegendő az inkább ügyintéző vezetőre vágyással szemben, amelynek viszont Kovács László felelne meg jobban. Aztán 2004-ben ez a gond megoldódik, éspedig Gyurcsány Ferenc hatalomra kerülésével, akiben explicite is a baloldali Orbán Viktort üdvözlük sokan, tehát valakit, aki felveheti a versenyt a másik táborral ebben az új, személyekre kihegyezett politikai életben.

Ettől kezdve, tehát a kétezres évek első évtizedének a közepétől, egyértelművé válik a magyar politika perszonalizáltsága, az, hogy az intézmények mintegy csak ahhoz kelljenek, hogy az egyéni politikusi törekvések infrastruktúráját alkossák, és hogy legyen mire fogni az egyéni aktor esetleges vereségét. Így 2002-ben valójában Orbán Viktor győzött, csak a Fidesz veszített, 2006 után pedig Gyurcsány Ferenc jó irányba alakította volna át a baloldali politizálást, de az MSZP nem engedte ezt neki. A Jobbik mintegy teljes felhatalmazást ad 2014-től Vona Gábornak a néppártosodáshoz, az LMP pedig 2014-ig aligha különbözik Schiffer Andrástól. És nemcsak a parlamenti pártok perszonalizálódnak, hanem a különféle mozgalmak is. Bajnai Gordon egyértelműen pártok felett lebegő miniszterelnök-jelöltként tér vissza Magyarországra 2012-ben, Pukli István, de főleg Sándor Mária pedig egyedül csinál mozgalmat, ahogyan Juhász Péter és Gulyás Márton is.

Azon túl, hogy mintha eltolódás lenne megfigyelhető a szervezetek főségétől a személyes politikusok fősége felé, a két pólus, tehát az intézmények terrénuma és a személyes politikusoké sem marad változatlan. Röviden összefoglalva azt mondhatjuk, hogy a személyes aktor konstruktumok egyre több populáris elemmel telítődnek, a szervezetkonstrukciók pedig egyre változatosabbnak mutatkoznak.

Amennyiben a személyes politikai aktor paradigmatis esete hosszú ideig Antall József, akkor azt látjuk, hogy az ő konstruktumából majdnem teljesen hiányzik a celebek, a korabeli populáris kultúra által megalkotott hírességek, szokásos komponenseinek mindegyike. Az egyetlen elem, amelyik jelen van, egyetlen jelenséghez, a miniszterelnök súlyos és súlyosbodó betegségéhez, valamint egyetlen alkalomhoz, az 1990. október végi úgynevezett pizsamás interjúhoz kötődik. A populáris kultúra kedvelt témája a nagyember, a sztár betegsége, és ezáltal az esendősége. A hatás komplex: a sztár nagyságát paradox, ugyanakkor érthető módon éppen az növeli meg, hogy fontos témává válik a betegsége, ami amúgy sokak mindennapos vagy visszatérő tapasztalata. Kétségtelen, hogy Antall József esetében végül is halálos betegségről van szó, ám ez a folyamat elején és közepén nem nyilvánvaló. A pizsamás interjú pedig azért emelkedik ki a szokásos megszólalási alkalmak közül, mert – szintén úgy, mint a sztárok esetében – azt sugallja, hogy Antall József olyan jelentős ember, hogy még azt is megengedheti magának, hogy ne öltönyben és nyakkendőben, a politikusok egyenruhájában mutakozzék a nyilvánosságban, hanem pizsamában. Ez a gesztus a modern/posztmodern társadalomnak és jelvilágnak ahhoz a jellegzetességéhez kapcsolódik, mely egy jelet egymással homlokegyenest ellenkező értelmében is képes és hajlamos használni. A betegség és a pizsama egyszerre a gyengeség és az erő jele, s e kettő feszültsége teszi izgalmassá és a hétköznapiakból messze kiemelkedően jelentőssé a vonatkozó kommunikációs aktusokat.

A betegség, majd más privát konstrukciós komponensek később bevett, majdnem kötelező tartozékává válnak a személyes aktor építményeknek. Mind Orbán Viktor, mind Gyurcsány Ferenc mutatkozik betegnek, esendőnek, az utóbbi még „szembe is néz a halállal”, igaz csak egy a politikusi életét megelőző időszakban. De látjuk Dávid Ibolyát úszni, Torgyán Józsefet és másokat a magánélet elcsúszott pillanataiban. Eladdig, hogy a korszak vége felé a közösségi média felületein túltengnek a privát vizuális és narratív anyagok, de legalábbis a közélet eseményeinek privát megélését bemutató dokumentumok.

Ami a szervezatkészlet változását illeti, itt a sokféleség növekedését észleljük.

A korai években egyértelmű a *pártok* főssége, és pedig annak ellenére, hogy az úgynevezett történelmi pártok kivételével, e szervezetek a párt megnevezés 1990 előtről származó konnotációi miatt a nevükben nem jelzik, hogy pártok, és némelyikük komoly belső tusakodáson megy keresztül a párttá válás kényszere miatt.

Azt látjuk, hogy amikor politikusi ambíciókkal rendelkező új szereplők jelennek meg a közéletben vagy válnak ki pártokból, akkor egyre inkább azt a mintát követik, hogy előbb *mozgalmat* hívnak életre, majd azt fejlesztik párttá. Sokáig okoz fejtörést a nyilvánosságban a mozgalmak státusa. Van, aki a másik politikai oldal szerveződéseit kifejezetten az ottani erős párt bábjainak minősíti, másokat az zavar, hogy 2010-et követően a kormánykritikus mozgalmak nemcsak nem hajlandók összefogni a baloldali pártokkal, hanem még azt sem engedik nekik, hogy láthatók legyenek a mozgalom rendezvényein.

A pártoknak és mozgalmaknak általában van *holdudvaruk*, tehát olyan civil környezetük, amelyiken keresztül a párt támogatást kap például a baráti médiában, a tüntetések és az aláírásgyűjtések alkalmával. Kezdetben a pártoknak nem kevés gondjuk akad a saját nyilvánosságához jutó tagságukkal is, ettől szenved például az MDF, és nem ritka a panasz arra, hogy túlságosan erős a szimpatizáns értelmiség nyomása például az SZDSZ-en. Ekkortájt, tehát a 90-es évek elején némelyek azért dicsérik a Fideszt, hogy képes volt megmaradni kisméretű pártnak, melynek szerencsére értelmisége sincs, 2002 után azonban éppen a vezető jobboldali párt kezd bele holdudvar szervezésébe például a polgári körök létrehozatalával.

Tiszavirág-életű politikai aktorok az egyes ügyek körül létrejövő *ideiglenes szerveződések*. A születésük színhelye jobbára a közösségi média. Ilyen keletkezik az Új Színház vezetőváltása és a netadó elleni tiltakozás érdekében, Alföldi Róbert és Geréb Ágnes mellett.

A magyar politikai élet tartós aktorai azok a *nem kormányzati szervezetek* is, amelyek magukat pártpolitikailag semlegesnek nyilvánítják ugyan, de valamelyik politikai oldal mégis a vele ellentétes oldalon küzdő aktornak minősíti őket. Különösen hevesse válik az ilyen szervezetekkel kapcsolatos politikai kommunikáció 2014-től kezdve, majd még inkább a migrációs válság bekövetkeztekor, amikor a tevékenységük élesen szembe kerül a kormány és médiája törekvéseivel.

Ennek sodrában felértékelődnek *külföldi aktorok*, például a szervezeteket jelentős összegekkel támogató Soros György. Mivel mind maga Soros, mind pedig a jobboldal szemében ellenséges NGO-k nemzetközi hálózatba illeszkednek, mely hálózat komoly európai bizottsági támogatásban is részesül, ezért megerősödik az uniós szervek és szervezetek politikai aktor jellege a magyar politikai kommunikációban.

1. táblázat. A huszonöt év fő aktorai

	1990–1997	1997–2006	2006–2015
Jobbközép, nemzeti-polgári centrum	Antall-kormány, MDF, KDNP, Fidesz, Antall József, Boross Péter, Für Lajos, Lezsák Sándor, jobbközép állampolgárok, Elek István, Pozsgay Imre	Orbán Viktor, Fidesz, polgári körök, MDF, Dávid Ibolya, Orbán-kormány	Orbán Viktor, Orbán-kormány, Fidesz, KDNP, Békemenet, Civil Összefogás Fórum, Kövér László, Schmitt Pál, Matolcsy György, Áder János, Professzorok Batthyány Köre
Baloldal, demokratikus ellenzék	MSZP, Munkáspárt, MSZDP, MSZOSZ, Horn Gyula, Vitányi Iván, Szekeres Imre, Békesi László, Bokros Lajos, Nyers Rózsa, Pozsgay Imre, Szűrös Mátyás, Németh Miklós, Thürmer Gyula, Népszabadság	MSZP, Munkáspárt, Horn Gyula, Horn-kormány, Kovács László, Németh Miklós, Medgyessy Péter, Gyurcsány Ferenc, értelmiség, baloldali média	Gyurcsány Ferenc, Bajnai Gordon, Bajnai-kormány, Mesterházy Attila, Szili Katalin, MSZP, civilek, Együtt, értelmiség
Liberális közösség	Fidesz, SZDSZ, Orbán Viktor, Fodor Gábor, Kis János, Demszky Gábor, Tölgyessy Péter, Kuncze Gábor, Göncz Árpád, Beszélő, Magyar Narancs, Magyar Hírlap	SZDSZ, Kuncze Gábor, Magyar Bálint, Demszky Gábor, Fodor Gábor, Kis János, értelmiségi holdudvar, Magyar Narancs, Magyar Hírlap, HVG	
Radikális közösség	Csurka István, Magyar Út Körök, MIÉP, civil szervezetek (holdudvar)	MIÉP, Csurka István, Magyar Út Körök, Jobbik, Hatvanégy Vármegye Ifjúsági Mozgalom	Jobbik, Vona Gábor, Dúró Dóra-Novák Előd, Magyar Gárda, a Kossuth tériek
Zöld közösség			LMP, zöld szervezetek, Schiffer András, Szél Bernadett, Vágó Gábor, Kaufer Virág, Hadházy Ákos, Karácsony Gergely, Jávor Benedek

Aktorgenealógiák

Aktorgenealógia és általában genealógia alatt azt értjük, amikor azt véve alapul írunk egy aktornak a huszonöt éves történetéről, amit a konstrukciós erőfeszítések eredményeztek vele kapcsolatban a negyedszázad során. A genealógia továbbá akkor a leghasznosabb, ha a mostani korszakban fontos tárgy múltbeli alakulásáról szól, ugyanis ez által világlik ki az, hogy a jelenbeli állapota relatív, a jelen kontextusának a függvénye, hiszen, lám, a múltban, az akkori kommunikációs áramlások közepette mennyire más és más alakot öltött.

Az aktor genealógia tehát azt írja le, ahogyan módosul egy-egy ma fontos aktor konstruktuma az időben, amilyen használatok és jelentéstulajdonítások kavargtak körülötte. A történeteket tehát sem nem a közjogi helyzetek változása, sem nem a formális posztok betöltőinek a névsora, sem nem osztály- vagy csoport meghatározottságok alakították, hanem az, amilyen jelentést és jelentőséget az aktoroknak a nyilvánosságban

megszólalók tulajdonítottak, és pedig az által, hogy újra és újra szót ejtettek róluk. Ezeknek a kommunikációs (újra)teremtéseknek az eredményét ismertetem.

Csak néhány aktorra térek ki – már a korszakokról szóló kötetek is csak a legfontosabbak korabeli konstruktumával foglalkozhattak. Olyanokat válogattam össze, amelyek legalább két korszakban voltak jelen a magyar nyilvánosságban, és manapság is a legjelentősebbnek mondhatók.

Orbán Viktor

Orbán Viktor kezdetben, amikor a politikai kommunikációban az intézményközpontúság érvényesül, aligha több, mint a pártja függeléke, kommunikációs értelemben a metonímiája: amikor a politikust említik, jobbára a Fideszre utalnak. Nem véletlen, hogy akkor kezd önálló aktorrá válni, amikor a Fodor Gáborral lezajlott harcban az utóbbi veszít és távozik a pártból. Ekkor válik először világossá, hogy a Fidesz sem teljesen egységes párt, személyes aktorok is tevékenykednek benne, nemcsak intézményesek. A perszonalizáció utóbb odáig fejlődik, hogy immár a Fidesz az elnök függeléke, és nem megfordítva. Ezért az Orbán Viktorról akár a politikai közösség, akár mások által mondottak általában egyben a pártról is szólnak.

A korai évek, a nagyjából 1993-ig tartó időszak is teremt Orbán Viktor nevű konstruktumot. Ebben olyan építőelemek szerepelnek, mint a határozottság, szókimondás, a „politikai fenegyerek” minősítés. A pártvezető az új, a fiatal nemzedék tagja, nyugatos, tehetséges politikusnak minősítik, és a szokásos magyar közéleti személyektől eltérő, valódi politikusnak, tehát olyannak, aki akarja is a politikai hatalmat, nemcsak él vele. A képe nemcsak abban koherens, hogy mivel politikus, ezért teszi, amit az igazi politikusnak tennie kell, hanem abban is, hogy hiszi is, amit hangoztat. Ez persze az az időszak, amikor a sajtót meghatározó kommunikáció még inkább ellenzékinek mondható, Orbán Viktor pedig az ellenzékhez tartozik.

Megváltozik a konstruktum 1993-tól kezdve, és pedig fokozatosan egyre negatívabbra, tulajdonképpen egészen addig, amíg a jobboldalon el nem fogadják közéjük tartozónak, sőt, vezérnek. Addig a keménység megmarad komponensnek, de már negatívum, akarnokság és kíméletlenség lesz belőle. Csatlakozik hozzá a korrupsziónak, amit a neki és a Fidesznek tulajdonított ügynevezett székház-üggyel illusztrálnak. Az ügy azért is jön kapóra, mert az MDF is a részese, márpedig különösen 1994-től kezdve a két párt, valamint a két pártelnök között szoros együttműködés alakul ki, hiszen a Fidesz lépésről lépésre jobboldali párttá válik, és össze akar fogni a második ciklus ellenzékével.

Ekkortól kezdve, de főleg 1998-tól, amikor nem liberális, hanem jobboldali koalíció jön létre, Orbán Viktor is jobboldalivá lesz a konstruálás nyomán. Nemzeti, keresztény, konzervatív, Antall József örököse, tudniillik abban az értelemben is, hogy a jobboldali tábor összetartója. Az a politikus, akit láthatólag nemcsak tisztelnek és követnek, hanem szeretnek is, másképpen: akiért rajonganak is a saját támogatói.

Már az első miniszterelnöki tevékenysége is olyan nagy elfogadottságot nyer a politikai közösségében, hogy tulajdonképpen *örökös miniszterelnökké* válik, vagyis a 2002-től 2010-ig tartó időszakban is az ország kvázi valódi miniszterelnöke. Ezt keserűen a kormányoldali megszólalók is megerősítik akkor, amikor a baloldali kormányzás nehézségeit arra vezetik vissza, hogy a Fidesz és Orbán Viktor nem engedi a pozitív intézkedések elfogadását, de főleg nem a végrehajtásukat, tehát kvázi miniszterelnökként van befolyása a folyamatokra.

A miniszterelnöki szerep a legfontosabb akkor is, amikor a szereplő Orbán Viktor saját magáról beszél. Nem szívesen vesz részt kampányokban, mert azoknál sokkal fontosabb és érdekesebb az, ami a kormányban folyik. Úgy érzi, rendelkezik azzal a három tulajdonsággal, amelyik nélkülözhetetlen a jó miniszterelnöki teljesítményhez: képes átlátni a fontos világfolyamatokat, képes súlyos döntéseket hozni, és képes a döntéseket végrehajtani. Fő miniszterelnöki erénynek tartja továbbá a nyugalmat és megfontoltságot, akárcsak Antall József tette annak idején.

Jóval kevésbé pártpolitikusnak, mint kormányfőnek tekinti magát. Ezt az önértelmezést a tábor el is fogadja: egyetlen komolyan vehető riválisa sincs a jobboldalon a posztra, még akkor sem, amikor választásokat veszít el, és ennek következtében lemond 2006 tavaszán. Külön érénye az ironia és önironia, tehát hogy mer saját magáról gunyorosan beszélni. Továbbá nem rejt el teljesen a magánéletét, a feleségét és gyermekeit, kedvenc időtöltését, a futballt és az arról tájékozódást.

Nem is csak örökös miniszterelnök, hanem *vezér* is. Olyan tehetsége, vezetői képessége, helyzetfelismerő képessége van a jobboldali kommunikáció szerint, mint senki másnak a saját oldalán, de az egész országban, sőt, talán egész Európában. Az egyéni fejlődése, politikai érése nemzeti jelentőségű ügy, vagyis a jobboldalon tulajdonképpen lehetetlen tőle független álláspontot felvenni, amelyik a megítélését lehetővé tenné, mert ő maga a jobboldal, tehát amerre ő halad, az a jobboldal iránya. Ebből is adódóan azt követően, hogy 2006 nyarán-őszén megszilárdul a nézet: megint nem Orbán Viktor veszítette el a választásokat, hanem a választópolgárok váltak szisztematikus hazugságok áldozatává a tavaszi szavazáskor, tehát ezt követően Orbán Viktor minősítésére már nemigen kerül sor: a jobboldalon csak ismertetik a tetteit és megnyilatkozásait, és rendre megmagyarázzák, miért az volt a helyes lépés.

A jobbközép kommunikációjában *történelmi nagyságú*, csak a legnagyobb magyar politikusokhoz, például Kosuth Lajoshoz hasonlítható államférfi, a nemzeti érzelmű Magyarország egyetlen reménye arra, hogy végre a saját kezébe veheti a sorsát, és az jóra fordul. Talán nem tévedhetetlen, de közel áll ahhoz.

Az ellenfelek egészen másmilyen konstruktumot hoznak létre és táplálnak legkorábban 1993-tól, de még inkább 1998-tól, majd végképp 2010-től kezdve.

Orbán Viktor ebben az előadásban egyre negatívabb politikus. Az egyetlen pozitív tulajdonsága a *jó politikai ösztön*, minden más negatív, de az ösztönére is káros célok elérése érdekében hagyatkozik. Együttműködik a szélsőjobboldallal, egyszemélyű hatalmat, tulajdonképpen diktatúrát hoz létre és működtet, mindent ő maga dönt el, nem hajlandó figyelembe venni mások, főleg nem a más táborba tartozók véleményét. Még a nyugati, az európai uniós útmutatásokra és kritikákra sem hallgat, jöjjenek azok akár az ottani médiából, akár hivatalos szervektől.

Mivel az általa fenntartott és egyre burjánzó rendszer informális alapon, alapvetően pénzügyi megfontolásokon alapul, ezért az intézményes, formális összefüggések vajmi keveset árulnak el a valós hatalmi viszonyokról. Akár miniszterelnök, akár nem, akár pártelnök, akár nem, mivel nála a kasszakulcs, ezért nála minden döntés.

A politikus működését erősen befolyásolja a családi és kulturális háttere: még az is lehet, hogy cigány származású, de mindenképpen egy kistelepülésről érkezett, ezért sosem győzte le a fővárosba kerülésekor kialakult kisebbségi érzését, inkább túlkompenzálja azt, és pedig a politikai ellenfelei teljes megsemmisítéséért folytatott ádáz harc formájában. Mivel pedig ez utóbbi ellentétes a demokrácia és az európaiság elveivel és értékeivel, ezért a legfontosabb, minden mást felülíró cél Orbán Viktor távoltartása a hatalomtól, 2010 után pedig az eltávolítása a miniszterelnöki posztról. Ilyenformán az ellenzék elsőszámú ellensége, és nem is csak a baloldalé.

Ha a baloldali konstruktum az erőszakosságra és a hatalmi túltengésre alapoz, akkor a radikális jobboldali ellenkezőleg: túl gyengének tekinti Orbán Viktort, tudniillik abban, hogy nem harcol eléggé keményen a magyar nemzeti érdekekért, a külhoni magyarokért és például nem meri meghirdetni az ország kilépését az előnytelen uniós tagságból, ez is jelzi a globalizációban való érdekelttségét és a globális vállalatok érdekeinek való alárendelődését. A politikus is részese volt és maradt az elhibázott 1990-es rendszerváltásnak, tehát nem nagyon különb a baloldali pártoknál. Amiben mégis jobb, az nem más, mint a radikális erők programjának az átvétele.

A politikus a nagy megújító, a nagy *reformer* a baloldal szemében, a modernizáció jeles harcosa. Vannak ugyan a régi szocialista gárdában olyanok, akik nem nézik jó szemmel egy újabb nagytőkés megjelenését a baloldal vezető szerepében, de az általa hozott pezsgés és utóbb a 2004-es népszavazási félsiker, majd a 2006-os választási győzelem erre a bő másfél évre előre és utólag azonosítja Gyurcsány Ferencet a baloldallal, kissé hasonlatosan ahhoz, ahogyan Orbán Viktor vált hosszú időre azonosává a jobboldallal.

Eleinte, vagyis 1999-től szakértői és megújulási javaslatokkal előálló közgazdász és *vállalkozó*. 2002 után Medgyessy Péter kormányában miniszter, de ez alatt is olyan politikusként tűnik fel, aki nagyon eltér a szokásos baloldali mintától: például provokatív és egyéni gondolatai vannak, láthatólag akar valamit, és nem kevesen rá is kérdeznak, hogy vajon nem miniszterelnök akar-e lenni, tehát potenciális első emberként tűnik fel. Határozott, karakteres, lendületes, jól kommunikál és van víziója – valóban ellen-Orbánnak, baloldali vezérnek látszik és ígérkezik. Úgy *ellen-Orbán*, hogy a 2006-os győzelem, s azon belül a jobboldali politikusétól nagyon eltérő szerepfelfogás például a miniszterelnök-jelölti vita alkalmával arról győz meg sok megszólalt, hogy Gyurcsány Ferenc a kommunikációban is jobb, mint Orbán Viktor. Ebből is következik, hogy ha van valaki, akitől Orbán Viktor retteg, akkor az Gyurcsány Ferenc.

A 2006-os nyári, majd őszi fordulat, tehát a megszorítások és az őszi beszéd nyilvánosságra kerülése nyomán meginog a belévetett bizalom, s ezt intézményes módon, például parlamenti bizalmi szavazással, valamint pártelnökké válással pótolja. Ekkor válik sorsdöntővé az az Orbán-konstrukciós elem, amelyik szerint minden megtehető, még Gyurcsány Ferenc is támogatható, sőt megerősíthető a pozíciójában, ha ez az ára a jobboldali politikus távol tartásának a hatalomtól. Ettől kezdve azonban Gyurcsány Ferenc konstruktuma változni kezd. Egyre inkább úgy látják, hogy valójában mégsem rendelkezik koncepcióval az ország jövőjét illetően, legalábbis olyannal nem, amelyiket képes is megvalósítani. Sokat rögtönöz, és egyre tarthatatlanabb a ragaszkodása a hatalomhoz.

2009-től kezdve egyre többen kötik a baloldal vereségeit és az ország rossz teljesítményét az ő személyéhez. A politikus végletesen *megosztó* válik a baloldalon is: a saját kisméretű pártja és annak elszánt választói nagyon lelkesek érte, de a 2010 utáni ellenzék nagyobb része inkább tehetetlenségnek, a baloldali győzelem, sőt már a baloldali összefogás legfőbb akadályának látja. Ebben is kissé hasonlít a konstruktuma ahhoz, amilyen Orbán Viktorral kapcsolatban a 2006-os választási vereség utáni néhány hónapban kialakul: rendkívül népszerű bizonyos körökben, és éppen ezért megkerülhetetlen, de vele többet nem lehet választást nyerni.

Abban is a Fidesz vezetőjéhez hasonlít a státusa, hogy az ellenoldal politikai gyűlöletének a leginkább a Gyurcsány Ferenc nevű konstruktum áll a középpontjában. A nevét leginkább a szemkilövető és a hazug jelzőkkel említik együtt. Ő az, aki ugyanolyan korrupt, mint a többi baloldali és liberális politikus, de még kormányozni sem tud, hanem hosszú időre tönkre tette az országot. Mindezek miatt ha új vezetői perspektívával rendelkező politikus jelenik meg az ellenzéki oldalon, valamilyen alapon összekötik Gyurcsány Ferencel, hogy az utóbbi árnyéka minél inkább rávetődjék.

A szereplő Gyurcsány Ferenc sokat tesz azért, hogy a megfelelő módon formálódjék a konstruktuma. Sokat beszél a múltjáról, és pedig mind a gyerekkori indulásáról, annak nehézségeiről, mind a vállalkozói sikereiről, és arról, miért nem lehetetlen milliárdosként baloldalinak lenni. Közel engedi a médiát a magánéletéhez, a családjához, a betegségeihez és a főzési szokásaihoz is. 2010-et követően gyakran ábrázolja magát áldozatként, tudniillik elsősorban a kormányoldal gyűlöletének tárgyaként, de másodsorban azok manipulációs szándékainak az áldozataként, akik gyurcsányozással, tudniillik az ő méltánytalan és alaptalan hibáztatásával próbálnak maguknak politikai fegyvert kovácsolni.

A Fidesz kezdettől számos dologban minősül különleges szervezetnek, a többi párttól jelentősen eltérőnek. Az egyik a nevében is megjelenített *fiatalság*, s bár a párt neve utóbb kiegészül továbbiakkal is (Magyar Polgári Párt, Magyar Polgári Szövetség), a Fidesz megnevezés, tehát a fiatalságra történő utalás végig megmarad. A másik a szakszerűség, a *pragmatizmus*, mely ambivalensebb az ártatlanságot asszociáló ifjúságnál, mert egyszerre utal a megoldhatatlan ideológiai vitáktól való távolságtartásra és az elvtelenségre, arra, hogy a párt nem értékek mellett áll ki, hanem csak minél nagyobb támogatottságot, tehát hatalmat akar szerezni. További sajátossága a kommunikációs képességek magasra értékelése: nincsen szüksége sem értelmiségre, hogy az kommunikáljon helyette és az érdekében, sem párttagságra, hogy jelen legyen a lokális politikai életben, elegendő a televízió képernyőjén jól mutató és jól beszélő néhány vezető politikus. Korai jellegzetesség az antikommunizmus, a Kádár-rendszerrel való szembenállás, aminek örök metaforája Orbán Viktornak a Nagy Imre és társai temetésén mondott beszéde. Az ebben megmutatkozó, de persze a fiatalsággal harmóniában levő radikalizmus sokáig rajta marad a párton. Az SZDSZ-hez csatlakozók 1993-as kiválását kivéve a párt egyedülálló módon egységesnek mutatkozik, amit a saját közösség nagy erénynek tekint, az ellenfelei viszont előbb a rajongók monolitikus vezérelvű pártjának konstruálnak meg, utóbb pedig a korrupció által összetartott bünszövetkezetnek, maffiának, a magyar polipnak.

Ahogyan a támogatottsága növekszik, egyre fontosabbá válik az előbbieket árnyaló vagy visszafordító számos vonás. A párt nemcsak a fiatalok felé nyit, hanem az idősebbek felé is, nemcsak az 1990 előtti időkkal szemben állókat kívánja képviselni, hanem megérti a kádári kisembert is. Az *ideológiamentessége* nem politikai trükk, hanem csak annak a kinyilvánítása, hogy a doktrínáknál fontosabbak a magyarok érdekei. A médiabeli kommunikáció és a médiához való hozzáférés fontos, de nem helyettesíti a társadalmi beágyazottságot, annak a lehetővé tételét, hogy a párthoz minél szélesebb választói tömeg kötődjék a polgári körökön, a tagozatokon és az értelmiségiekből, művészekből, sportolókból és más hírességekből álló holdudvarral való azonosuláson keresztül. A radikalizmussal a vezető politikusok mind a külsőségekben, mind a deklarációk szintjén szakítanak ugyan, de az önképben tartósan megmarad az utcai harcos és az elitellenes politikus komponens.

Különösen a 2002-es választási vereség rázza meg a pártot, és ösztökél radikális belső átalakításra. Ennek következménye a polgári körök és a tagozatok létrejötte, és az az önkonstrukció, mely tulajdonképpen leértékeli a pártot a politikai közösséghez tartozó többi szervezethez képest. A Fidesz mintegy a Magyar Polgári Szövetség egyik részévé válik, együtt a KDNP-vel, az MDF-nek a közösség felé mozgó politikusaival, a cigányság szintén idehúzó képviselőivel és még egy sor további csoporttal. Így jön létre mindebből a szövetségből 2009-re az a centrális erő, amelyik egymagában képviseli a nemzet legfontosabb ügyeit, s mivel eléggé erős az Országgyűlésben, ezért nem ideológiai vitákban teszi ezt, hanem a maga természetes módján. A Fidesz és a Szövetség tehát lefedi a politikai tér nagy részét.

Ez az önkonstrukciós irány természetesen számos ponton megkérdőjeleződik a többi politikai erő kommunikációjában. Az egész fideszes önkép és viselkedés demokráciaellenes, a 2010-től uralkodó parlamenti többség, és benne a párt szabadságellenes, jogállamellenes, túlzottan oroszbarát és Európa ellenes is. Olyan rendszert épít ki és testesít meg a maga mindenhová elnyúló korrupst csápjaival, amelyik csak egészében számolható fel, nem elegendő megszüntetni a kormányzati többségét. Az ellenzéki kommunikáció is elfogadja tehát azt, hogy a Fidesz és szövetségesei uralják a nemzeti ügyeket, az egész politikai teret, de ebből a számukra az következik, hogy nem elegendő a kormányváltás, hanem az egész rendszernek, a nemzeti együttműködés rendszerének a leváltására, felszámolására van szükség.

Magyar Szocialista Párt

A konstruktumának a változása alapján az MSZP a huszonöt név alatt, de még inkább a 2019-es helyzet felől nézve nagyjából ugyanoda jutott, ahol 1990-ben volt: mindkétszer 10 százalék alatti parlamenti súly, és

előbb a Kádár-rendszer utódpártja, majd a Medgyessy Péter, Gyurcsány Ferenc és Bajnai Gordon fémjelezte baloldali kormányzás utódpártja. Közben hosszú ideig mindenki úgy tartotta számon, mint a legfontosabb eligazodási, viszonyítási pontot vagy az egész politikai életben (1994–1998, 2002–2006) vagy legalább a baloldalon (1998–2002, 2006–2014).

Az időszak elején tehát a párt bejut ugyan az Országgyűlésbe, de az a közvélekedés, hogy még hosszú ideig nem játszhat komoly szerepet a politikában, hiszen a Kádár-rendszer tisztviselői vezetik, tehát legfeljebb a választói nosztalgia éltetheti. Ekkortájt saját képe az, hogy ő a *baloldaliság* egyedüli képviselője a parlamentben, és ezáltal mindazoké, akikkel az újonnan érkezett pártok nem törődnek. Annyiban vállalja az utódpárti minősítést, hogy éppen az idetartozó politikusok demokratikus elkötelezettsége tette olyan olajozottá az átmenetet az új világba, tehát az MSZP ugyanúgy rendszerváltó párt, mint a többiek, joggal tart igényt a közügyekbe való beleszólásra.

1993 táján kezdődik a párt nagy korszaka: mindenki meglepetésére a Fidesz háttérbeszorulását követően nem a második legnagyobb mandátumszámmal rendelkező SZDSZ kerül a közvélemény-kutatások élére, hanem a nemrég még a helyét kereső MSZP. Olyan erőként tűnik fel, amelyik *mértékertő*, hiszen koalíciós társat keres, holott egyedül is többsége volna, és bár együtt alkotmányozó többségük van, konszenzusra törekszik a kétharmados törvények, például a médiatörvény tekintetében az ellenzékkel.

Mivel ekkor már nagy párt, ezért láthatóbbak és sűrűbben kommentáltak azok a vonásai, amelyek egész pályáján végig kísérik. Ilyen mindenekelőtt az, hogy belülről *megosztott*, de valahogyan úgy, hogy ez mégsem vezet széteséshez, mint az FKGP vagy az MDF esetében, hanem még az is civilizáltan zajlik, amikor a frakcióvezetője távozik, hogy új mozgalmat, majd pártot alapítson. A párt a belső véleménykülönbségeket jól csatornázza be platformokba, munkacsoportokba és más intézményesített formákba, s amikor össze kell tartani, mert például jönnek a választások, akkor képes összezárni. A kommunikációban pedig évekig jelen van az a motívum, hogy az MSZP megosztottsága voltaképpen nem más, mint belső demokrácia, mint belül is érvényesülő demokratikus elkötelezettség – szemben a Fideszben uralkodó parancsuralommal.

Nagy pártként abba a nehézségbe is beleütközik, amibe korábban az MDF és később a Fidesz, hogy a vádak szerint nincsen igazi elvi, ideológiai alapja a tevékenységének. Baloldaliságot hirdet, de valójában legalább annyira, sőt még inkább a nagyvállalkozók pártja, mint az elesetteké, a rendszerváltás veszteseie, másként aligha hirdette volna meg a Bokros-csomagot 1995-ben. Szocialistának nevezi magát, de a gazdaságpolitikája *neoliberális*. Pártnak próbál mutatkozni, de valójában hálózat, melyet korrupt érdekek mozgatnak.

MSZP-s sajátosság, hogy ezek a kritikák talán markánsabban jelennek meg a saját politikai közösségben, mint az ellenfelek táborában, és akár éppen vezető poszton levő szocialisták (például Szili Katalin), de főleg a politikai közösséghez tartozó közírók (például a korai Gyurcsány Ferenc vagy Lengyel László) is élnek velük. Mindezek nyomán a párt önostorozónak, önsorsrontónak és önbizalom hiányosnak mutatkozik, amely jellemzők megint kritikaként válnak a részévé a konstruktumának.

A párt ezeket a vádakokat annyiban meg is erősíti, hogy minden vereséget követően meghirdeti a visszatérést az igazi baloldali értékekhez. Gyurcsány Ferenc személyében pedig olyan vezért tud felmutatni, akit nem a pártelit emel az élre, hanem a tagság, a talpasok. Neki éppen a gazdagsága miatt nincsen szüksége a párt által szerezhető zsákmányra. Új identitást teremt a tagoknak és szimpatizánsoknak, akiknek így már nem kell szégyellniük azt, hogy a pártra szavaznak, azt támogatják. S végezetül: Gyurcsány Ferencnek ideológiája is van, tudniillik a modernizáció, a modern Magyarország megteremtése, a harmadik út valahol a szocializmus és a kapitalizmus között, s ez ráadásul korszerűen európai, hiszen egybeesik a brit miniszterelnökével.

Mivel kormánypárt, ezért, ahogy a negyedszázad már említett további két nagy pártja, az MDF és a Fidesz, az MSZP is korruptnak, egy szűk vállalkozói csoport foglyának, érdekkijárójának, zsákmánypártjának minősül. Különösen felerősödik ez a konstrukciós irány akkor, amikor a párt vezetésében, illetve a párt által támogatott kormányban bankárok (például Medgyessy Péter) és milliárdosok (például Gyurcsány Ferenc) tűnnek fel. Ez a motívum ettől kezdve fontos lesz az ellentáborban is.

Kezdetől mindvégig támadási felületet találnak a jobboldali ellenfelek abban, ahogyan a párt a nemzettel és a nemzeti ügyekkel kapcsolatban megnyilvánul. Horn Gyula nem érzel specifikusan nemzeti problémákat, a párt óvatos a határon túli magyarok ügyében, nem alkalmazza a nemzeti színeket, és amikor előbb Medgyessy Péter, majd Gyurcsány Ferenc ez utóbbi területen fordulatot hajt végre, az egésznek a hitelességét megkérdőjelezhetővé teszi a baloldali pártok álláspontjának a harcos képviselője a 2004-es népszavazást illetően. Csak hosszú évekkel később hajlandó az MSZP az ebbéli nézeteit a bocsánatkérésig menően revideálni.

Már a Bokros-csomag kapcsán is megjelenik az MSZP önképében a válságkezelésre való különösen erős képesség, s ezt megerősíti a Bajnai Gordon miniszterelnöksége alatti intézkedések sikeres voltáról szóló kommunikáció. A párt tehát mindig jól teljesít, ha nehézségek vannak, és különösen jól a külpolitikában, ahol sosem látott elismertséghez juttatja az országot Horn Gyula, majd Kovács László és megint Gyurcsány Ferenc európaiságot megtestesítő politikája.

A gazdag belső kritikához hosszú ideig az ellenfelek a leginkább a nemzeti érzéketlenség vádját tudják hozzatenni, és azt, hogy a párt nem pragmatikus, hanem ötlettelen, képtelen a megújulásra, ezért együtt öregszik a nosztalgiából rá szavazókkal, akik – a dolog természeténél fogva – egyre kevesebben lesznek, tehát az MSZP-nek rövidebb-hosszabb távon vége. A Gyurcsány Ferenc által hozott felívelést regisztrálják a jobboldalon, de úgy tekintik, hogy ez csak rövidtávon hathat, hosszú távon viszont tönkre teszi a pártot és a baloldal egészét. Ez a konstrukciós irány különösen megerősödik 2006 második felében a nyári megszorítások, az őszi beszéd nyilvánosságra kerülése és az őszi zavargások okán, valamint azt látva, hogy a közvélemény-kutatások szerint a lakosság nagy része Gyurcsány Ferenc távozását szeretné, ő azonban ragaszkodik a helyéhez, márpedig ez nem maradhat következmények nélkül.

A radikálisok egyenesen ellenségnek, hazaárulónak tekintik az MSZP-t. A párt a külföldi, főleg az izraeli tőke kiszolgálója, szálláscsinálója, becstelen, bűnös politikusokból áll. Hatalma megőrzése érdekében rendszeresen vesz igénybe erőszakot, és a választásokat is elcsalja. Kritikátlan az Európai Unióval szemben, és így kiszolgáltatja az országot az erősebb európai szereplőknek.

2006 nyaratól kezdve az MSZP helyzete egyre romlik, de 2014-ig meg tudja őrizni azt a képét, hogy a jobboldalon kívüli világnak a vezető politikai ereje. Bár Bajnai Gordon saját ernyője alá akarja vonni a pártot a 2012-es visszatérésekor, végül az MSZP vezetésével, az elnöke miniszterelnök-jelöltségével jön létre a 2014-es választásokra a baloldali szervezetek összefogása, közös listája. A párt továbbra is kitart egyértelmű és teljesen pozitív EU-képe mellett, amivel egyben azt is sugallja, hogy csak az általa vezetett baloldal szalonképes Európában. Továbbra is jelen vannak korrupciós ügyek a párt körül, valamint továbbra is együtt emlegetik Gyurcsány Ferencel, hiszen hiába lép ki a volt miniszterelnök és indít saját pártot, 2014-ben együtt indulnak.

A párt a sorozatos vereségek dacára sem látszik a megújulás útján mozognak, nincsen víziója, mintha főleg megélhetési politikusok alkotnák. Az új pártok hajlamosak összemosni a Fidesszel, amelyik ellen állítólag küzd. Eszerint a két párt mögött álló érdekkörök átfedést mutatnak, az MSZP a fő felelőse annak, hogy 2010-ben a jobboldal kétharmadot kapott, és általában is: a két politikai erő együtt juttatta az országot abba a tragikus politikai és gazdasági helyzetbe, amelybe 2008 után jutott. Ezeket a benyomásokat kevéssé ellensúlyozza az az üzenet, hogy a párt a hazai demokrácia legfőbb védelmezője és harcosa.

Jobbik

A talán legszínesebb önkonstrukciós kísérletet a Jobbiknál találjuk. Azért a legszínesebb, mert jóval túllép a hagyományos értelemben vett politikai háttér, a gyökerek és a szakpolitikai elképzelések ismertetésén. Sokkal inkább olyan miliő feltételeit kapjuk, amelynek legalább annyira része egy ruhamárka, mint a MIÉP útja, a metafizikai tradicionalitás, mint a Magyar Gárda, a Nagy-Magyarország matricák, mint a cigánybűnözés.

Olyan aktozzal állunk tehát szemben, amelyik sem nem valamely társadalmi osztály, vagy csoport, sem nem valamilyen jól körülírhható ügy képviselőtében látja a maga lényegét. Inkább abban, ami a mindennapokhoz tartozik: a ruha, a matrica, a nemzeti rock, de ezekkel egy sorban a mindennapokhoz tartoznak a nagy pártok támogatói számára alighanem szakrálisnak tűnő elemek is, mint a nemzeti öntudat, a hagyományőrzés vagy az említett metafizikai tradicionalitás. Vagyis van egy sajátos miliő, emberek élnek benne, és akik ebben élnek, azok ott megtalálják a Jobbikot is. Ez a nagy pártok háttérét alkotó nagy társadalommal párhuzamos szféra, amit akár specifikus életstílusnak is mondhatnánk. A politika tehát nem egy elkülönült tevékenységi és intézményi kör, amelyben csak négyévente vesz részt a polgár, ilyen formán nem szakrális szféra, hanem része a mindennapoknak, ezért aki ebben a miliőben él, természetes módon találja meg a Jobbikot mint támogatandó pártot. Minthogy pedig a mindennapisághoz sokkal közelebb áll egy mozgalom, mint egy párt, ezért a Jobbik az önképe szerint mindig is megmarad annak a mozgalomnak, amelyikből 2003 táján párttá is lett.

A Jobbik további korai építőelemei a kereszténység, a fiatalság, a magyarság megélése és az elégedetlenség a fennálló helyzettel. Mind a négy ennek az életstílus megközelítésnek felel meg, talán a leginkább a magyarság megélése, a megélés.

Az első feltűnő kommunikációs gesztus a párt részéről a 2003 karácsonyi keresztállítás, amivel deklaráltan arra akarják felhívni a figyelmet, hogy a karácsony nem a vásárlási rohamokról, a fogyasztás mindenekfelett valóságáról, hanem a keresztény hitről kellene, hogy szőljön. Az akció azt is megmutatja, hogy olyan erő jelentkezik, amelyik nemcsak nyilatkozatban fejezi ki a nemtetszését, hanem rögtön tettekre is váltja azt. A gesztus vegyes, inkább elutasító reakciókkal találkozunk a nyilvánosságban, már csak azért is, mert a kereszt kevésbé a karácsonyhoz, mint inkább a húsvéthoz kötődik, ezért legalábbis barátságtalannak minősítik a felállítását a forgalmas csomópontokban. Valaminek, ami aligha célozhat mást, mint azt, hogy az új párt felhívja magára a figyelmet. Ilyen értelemben a Jobbik profi kommunikátorként is megjelenik, nem csak túlbuzgó és ezért kirekesztő keresztényként.

A fiatalokra támaszkodás nagyon hosszú időre megmarad, hiszen az új szervezet ugyanolyan ártatlan a kudarcot vallott, elrontott rendszerváltásban és az azóta történetekben, mint a fiatalok. A generációs jelleg kezdetben komplementaritást sugall a MIÉP-pel, melynek elnöke a pártot nem is nyilvánítja másnak, mint saját szervezete második kiadásának. Logikus ezért, hogy 2006-ban Harmadik Út néven szövetségben induljanak a választásokon, jóllehet kezdetől vannak konfliktusok a két szervezet között. A konfliktusok explicit háttere az, hogy ugyanabból a támogatói körből akar a fiatal párt is szavazatokat szerezni, ezért riválisnak tűnik, amit Csurka István a maga módján kommentál, például Izrael kreatúrájának minősíti a Jobbikot.

A jobbközép kezdetben bizonytalan a Jobbiknak a politikai térben elfoglalandó helyét illetően. A 2002-es vereség nyomán a jobbközép több megszólalója is arra buzdítja a Fideszt, hogy ne középre, hanem jobb szélre nyisson, vagyis a MIÉP, pontosabban a MIÉP árvái felé, és persze az akkor még csak ifjúsági mozgalomként működő Jobbik irányába. Für Lajos, az MDF volt elnöke, és Wittner Mária, a Fidesz országgyűlési képviselője még 2007-ben is ott van az első gárdaavatáson, és már csak emiatt is sokan vádolják a Jobbikot azzal, hogy a Fidesz által titokban támogatott szervezet. A baloldal ugyanis kezdetől a legellenségesebben viszonyul a párthoz: rasszistának, kirekesztően kereszténynek, cigányellenesnek minősíti, és már csak ezért is összekapcsolható a nagy jobboldali párttal, mely nem mer őszintén lenni mindez.

A MIÉP és a Jobbik közötti ellentétek felerősödnek a kudarcos 2006-os szereplés után, és a szövetség felbomlik, merthogy a Jobbik szerint a MIÉP, főleg annak vezetője anakronisztikussá vált, tehát téves. Ennek ellenére a párt a szellemiséget tekintve azonos platformon levőnek deklarálja magát a MIÉP-pel, azt mondja, hogy csak a stílusuk más. A tartalomnak és a stílusnak ez a különválasztása később is fontos szerepet játszik, ugyanis a szervezet 2014-től megkezdte identitása átalakítását, de bizonyos irányokban azt kommunikálja, hogy nem a lényegnek, csak a formának a megváltoztatása zajlik.

2014-ig a Jobbik diadalmenetet hajtott végre, hiszen a majdnem teljes ismeretlenségből 10 százalék feletti választási eredményeket ér el 2009-ben és 2010-ben, továbbá 20 százalék fölöttit 2014-ben, és így tulajdonképpen a legjelentősebb ellenzéki párttá válik. Ezt a sikert ráadásul úgy éri el, hogy a jelentősebb elérésű offline médiumokban nem vagy alig kap megjelenési lehetőséget. Ennek nyomán alakul ki az a kép a pártból, hogy ha a nagymédiában nincs is jelen, annál inkább megtalálni az aktivistáit, a cselekvő híveit a legkisebb településeken is, ahol segítenek a magányos öregasszonyoknak a ház körül, rendet tartanak, féken tartják a cigánybűnözőket stb., vagyis nagyon is jelen vannak a mindennapokban, ami rengeteg támogatást eredményez. A másik tér, ami még fontos a Jobbik konstruktumában, az internet, azon belül is a közösségi média. Ahogyan minden új párt, melyeket a régiekhez húzó média megpróbál agyonhallgatni, kerülőutakat keres, úgy a nemzeti radikálisok is ezt teszik, és meg is találják, legyőzve így olyan hagyományos pártokat, mint az SZDSZ vagy az MDF.

A diadalmenet azt mondatja a párt vezetőivel, hogy a Jobbik a jövő pártja, ami nem is csoda, hiszen ugyanazt a pályát futja, mint a Fidesz: a fiatalok pártjaként indul, majd ezeket a kezdeti szimpatizánsokat is megtartva minden új választót meg fog hódítani, tehát míg az idősebb pártok szavazói kihalnak, az övéi sokasodnak. Tulajdonképpen ez a folyamat már végbement a radikális közösségben, ahol 2010-re a MIÉP teljesen eltűnt, a helyét pedig eszerint átvette a Jobbik. Hasonlóra lehet számítani a párt kommunikációja szerint a Fideszt illetően is, a baloldali pártok pedig amúgy is leáldozóban vannak.

A Fidesz váltópártjává válásához azonban a pártelnök Vona Gábor nyilatkozatai szerint a Jobbiknak ki kell törnie a 15–20 százalékos támogatottsági körből, ehhez pedig néppárttá kell válnia. Ez a pártvezetés, elsősorban az elnök deklarált és szisztematikus kommunikációs munkával végrehajtani vágyott programja: 2018-ra a Jobbik fölébe fog kerekedni a jobboldali koalíciónak. A terv radikálisan új identitás létrehozatalát igényli, de úgy, hogy közben a régi se vesszék el.

A néppártosodás számos korábbi konstrukciós elem elhagyását, sőt, vezető politikusok elhallgatását is magába foglalja. Teljesen eltüntetik az antiszemita gesztusokat, visszavesznek a cigányellenességből, és azt megfosztják etnikai összetevőjétől, megtartva valamennyire a kulturális oldalát. Ez azzal is együtt jár, hogy bár baráti kapcsolatot ápolnak szélsőségesnek tekintett mozgalmakkal, deklarálják a függetlenségüket azoktól, tehát azt, hogy a Jobbik nem vállal automatikusan közösséget például a Hatvannégy Vármegye Ifjúsági Mozgalom tetteivel. A korábbi éles unióellenesség is gyengül, majd eltűnik, legfeljebb népszavazást szeretnének a magyar tagságról. Tovább erősítik a professzionális, szakpolitikai kezdeményezésekkel rendelkező párt imázsát, hiszen ez sugall kormányképességet. Megszűnik az, hogy az önkép alapvetően a múltból táplálkozik, Attilára, Szent Lászlóra való utalásokból, helyett a pártelnök 2012-ben, majd a Fidesz 2014 végi és 2015 eleji mélyrepülése idején újra, markáns vízióval is előáll a jövő Magyarországa érdekében. Bár a párt megtartja bevándorlásellenes álláspontját, a 2015-ös migrációs válság idején a kormány olyan erővel hirdeti ugyanezt, hogy a Jobbiknak nem lesz esélye támogatást szerezni általa, és a kivárás mellett dönt.

Aktor típusok

A következőkben arra a kérdésre keressük a választ, hogy milyen szerepek jelentek meg a negyedszázad folyamán a magyar politikai kommunikációban. Ezek a szerepek is szemiotikai erőforrások, tudniillik azonosítják az állampolgárokat, a többi politikus és a megfigyelő számára az adott politikai aktort. A típusok, a fajták tehát a rendelkezésére állnak minden következő politikai szereplőnek, hogy egy az egyben vagy módosításokkal konstruálja meg magát ezek mintájára aktornak, továbbá másoknak, hogy bármely következő szereplőt valamelyik aktor típus alapján építsenek fel a maguk számára.

Először az intézményes aktorok, majd a személyesek, utána az ellenfél konstrukciók, végül az intézményes szférán kívülinek számító aktorok fő típusait írom le.

Az intézményes aktorok fajtái

Először a kormány fajtáit, majd a pártokat látjuk.

A nemzeti közép kormánya

A nemzeti közép kifejezésből a közép vált visszatérővé. Antall József idején ez a szélsőségektől mentes politizálásra utalt, Medgyessy Péter kormánya az árkok betemetése jegyében, tehát a súlyosnak mondott politikai megosztottságot felülírandó nevezte a kormányát középnek. Orbán Viktor pedig 2009-ben hirdette meg a centrális erőter koncepcióját, ami nemcsak az utóbbi használatot vitte tovább, hanem vissza is tért a korai értelemezéshez: a kormány a nagy nemzeti ügyeket a maga természetes módján képviseli, kiemeli tehát őket a megosztó politikai viták szférájából.

A szakértő kormánya

A megfogalmazás arra vonatkozik, hogy a kormányzás ügyvitel, problémamegoldás, és nem lehet ideológiai csatározások martaléka. Szinte mindegyik párt időről időre igyekszik megnyugtatni a szavazókat, hogy a politikusok mögött náluk is szakértők sora várja a kormányzási feladatokat, még ha rejtőzni kényszerülnek is az ellenfelek várható támadásai miatt, és ezért nem mutatkoznak a nyilvánosságban. A huszonöt év alatt mégis jobbra az a szereposztás érvényesült, hogy a baloldal minősítette magát szakértőnek, és ígérte a szakértelem főségét amennyiben kormányra kerül, vele szemben a jobboldal, főleg a Fidesz minősült a mindent a hatalmi harc, a pártpolitizálás szemüvegén át szemlélőnek, a jobboldali póluson Csurka István pedig a szakértelmet egyenesen bolsevik trükknek nevezte.

Ez a szereposztás sokszor bizonyult sikeresnek. Horn Gyula, aki már az 1994-es választási kampányban azt ígérte, hogy a győzelme esetén a szakértelem kerül kormányra, az 1995-ös megszorító csomagját Bokros Lajossal és Surányi Györggyel, a pénzügyi szakértők személyével és azzal az üzenettel kommunikálta, hogy szakmailag egyszerűen nincsen más kivitelezhető alternatíva. Orbán Viktor is próbálkozott a pártpolitizálás alól felmentett kormányzás motívumával 1998 és 2002 között. Medgyessy Péter és később Bajnai Gordon megint a szakértő és nem pártpolitikus imázs és kormányzás jelszavával élt, egyik sem sikertelenül. Sem Medgyessy Péter 2002-es győzelme, sem Bajnai Gordon és kormánya sokáig élő, 2012-ben és később is újraélesztett válságkezelő imázsa nem jöhetett volna létre, ha a kilencvenes évektől nem alakul ki egy olyan felfogás, hogy a jobboldal túlpolitizálta a közéletet, amivel szemben a baloldal képezi a józanságot.

Gyurcsány Ferenc idejében kettősség alakult ki. 2004-től kezdve a miniszterelnök politizálja, repolitizálja a kormányzást: elmondása szerint a szakértők kidolgozzák a szakpolitikai alternatívákat, a kormányfő pedig politikai alapon választ ezek közül. Míg tehát Horn Gyula a Bokros-csomag kapcsán azt állította, hogy szakmailag nem volt alternatíva, addig Gyurcsány Ferenc minden helyzetre vonatkozóan választási lehetőségeket és politikai döntést helyez kilátásba. Különösen fontos ebből a szempontból az őszi beszéd, amelyből éppen az derül ki, hogy a miniszterelnök mennyire bizonytalanul látja a szakértőket, a legnagyobb magyar közgazdászok, köztük Surányi György felkészültségét.

A szakértelem elvetése, a vele kapcsolatos ironia, vagy annak a jelzése, hogy az nem több, mint a baloldal kommunikációs fogása, ahogyan a társadalomszemiotika mondaná: szemiotikai erőforrása, szintén korán jelen van, és pedig nemcsak Csurka Istvánnál. A Fidesz már 1990-et közvetlenül követően arról beszél, hogy a szocialistáknak van ugyan szakértelme, de az a Kádár-korból származik, tehát hasznavehetetlen. A negyedszázad utolsó éveiben pedig, kiemelve a maguk unortodox intézkedéseinek a sikereit, azt hangsúlyozzák,

hogy újra annyira megváltozott a világ, hogy a régi szakértőket és szakértelmet megint le kell cserélni, együtt a régi tankönyvekkel és a kultúra főáramát képező paradigmákkal.

Nemcsak a korai Fidesz, majd az MSZP kísérletezik a szakmaisággal, hanem az SZDSZ is. Tölgyessy Péternek is ez az egyik hozzájárulása a párt imázsához, konstruktumához. Látni érdemes ugyanakkor, hogy nem a szakmai tudás az, ami az SZDSZ-ben fontos. A Tudjuk, merjük, tesszük! 1990-es jelszavában a szakértelem és a humán- és társadalomtudományi tudás közötti különbség még nem jelenik meg. Utóbb azonban végül is nem a szakmaisággal rendelkezők győzedelmeskednek, hanem a filozófusok, történészek és irodalmárok.

A koalíció

A kormány mögött mindig pártok koalíciója áll. Külön feladat a szereplők számára a koalíciójuknak mint aktoroknak a megkonstruálása.

A politikai szereplők néha nem titkolják, hogy nem más ösztökelte őket a koalícióra, mint a parlamenti matematika. Ez a motívum különösen erős a harmadik kormány (1998-2002) idején, de jelen van mindig, amikor a legnagyobb támogatottságú pártnak nincsen többsége, tehát 2002-től 2008-ig is. Főleg azokat a koalíciós együttműködéseket kell tehát megmagyarázniuk a megszólalóknak, amelyekre nincsen ilyen értelemben szükség (1994, 2010 és 2014), vagy ahol a koalíció összetétele lehetett volna másmilyen is. Ilyenkor három irány mutatkozott.

Időről időre megjelenik az a konstrukciós irány, hogy a koalícióban politikai *munkamegosztás* van: más és más az egyes pártok feladata. Azért van tehát koalícióra szükség, hogy a kormányzáshoz szükséges minden politikai feladatnak legyen gazdája.

- Antall József arról beszél, hogy az MDF azért foglal magába három irányzatot, hogy minél többen kapcsolódhassanak hozzá. Ezzel szemben a korabeli KDNP feladata a nagy nyugat-európai pártokkal való kapcsolattartás.
- Az SZDSZ 1994-ben arra hivatkozva lép be a baloldali koalícióba, hogy a párt lesz az, ami meg fogja akadályozni az MSZP esetleges túlkapásait, féken tatja annak kádári nosztalgiáit. Hasonlóképpen a biztosíték szerepét tulajdonítja magának a későbbi kormányalakításokkor is.
- Megjelenik az a koalíció konstruktum is, mely szerint az egyik partner biztosítja a támogatottságot, a másik testesíti meg a (politikai) igazságot. Tulajdonképpen az SZDSZ említett üzenete is ezt foglalja magában, de még inkább ilyen a Fidesz és a KDNP viszonya. A Fidesz a nagy támogatottságú párt, míg a KDNP hordozza az értékeket, az ideológiát.

A másik magyarázat a már említett *szakmai alapú kormányzás* szándéka. A szakértelem felette áll a pártpolitikai harcoknak. Horn Gyula jár élen ebben a gondolatmenetben, de kezdetben a Fidesz általában is úgy konstruálja meg magát mint pragmatikus pártot, vagyis mint olyan politikai erőt, amelyik nem a harcért harcol, nem önmagáért a hatalomért küzd, hanem azért, hogy elrendezze a dolgokat, hogy kormányozzon, ahol a kormányzás nem uralkodás, hanem a dolgok irányítása, a problémák megoldása.

Végül a harmadik konstrukciós irány a fenyegetettség emlegetése. A koalíció, az összefogás pártjait a *közös ellenség* tartja össze. Meglehet, hogy elvi és szakpolitikai szinten nem sok közös van bennük, de a közös ellenség ellenében még az ördöggel is össze lehet fogni. Ilyen eset áll fenn 2002 óta rendszeresen a baloldalon, de különösen felerősödik ez a motívum 2006 őszétől és aztán 2010-et követően. Ekkor Orbán Viktor, a Fidesz, a Fidesz és a szélsőjobb szövetsége, a Nemzeti Együttműködés Rendszere stb. a közös ellenség. A jobboldalon is előkerül néha a gondolat, ilyenkor általában a kommunisták, a belőlük létrejött új elit a közös ellenség.

Történeti párt, új párt, XXI. századi párt

A pozitív párt konstrukció egyik változata a *történeti párt*. 1988-tól kezdve számos olyan politikai szervezet jelenik meg a magyar politikai életben, amelyik valamilyen korábbi pártnak az utódjaként konstruálja meg magát. Újraéled a Független Kisgazda-, Földmunkás- és Polgári Párt, a Kereszténydemokrata Néppárt, a Magyarországi Szociáldemokrata Párt és még mások is. Ezeknek az önkonstrukciója azt sugallja, hogy ők őrizték a plurális magyar politikai élet iránti elkötelezettség lángját a második világháborút követő koalíciós idők és 1956 rövid pártpluralizmusa óta.

A történelmiekhöz képest számítanak *újnak* a korszak legjelentősebb pártjai: az MDF, az SZDSZ, a Fidesz, az MSZP és a Munkáspárt. Jellegzetes vonás, hogy a két MSZMP utódpartot leszámítva, a többiek nem nevezik magukat pártnak, hanem Fórumnak vagy Szövetségnek. Ennek a Párt megnevezés kedvezőtlen konnotációi az oka. A nevek üzennek: vagy az értelmiségi deliberáció teréről (fórum), vagy a szabad individuumok összefogásáról (demokraták szövetsége). Később a szervezetek egy időre elveszítik távolságtartásukat a párt megnevezéstől: a Fideszből és az SZDSZ-ből is párt lesz (Fidesz – Magyar Polgári Párt, illetve SZDSZ – a Magyar Liberális Párt), a magyar igazságnak és életnek is pártja lesz (MIÉP), létrejön például a Magyar Demokrata Néppárt és a Centrum Párt.

Aztán az úgynevezett *XXI. századi* pártok megint nem pártoknak nevezik magukat, hanem például közösségnek (Jobbik), koalíciónak (Demokratikus Koalíció), párbeszédnek (Párbeszéd Magyarországért) vagy egyenesen az elhatárolódást teszik meg a nevükkel (Lehet Más a Politika). Az Együtt 2014 mozgalom szinte csak kényszerből válik a Korszakváltók Pártjává, tehát párttá, 2013-ban, miután kiderül, hogy nem lehetnek a baloldali pártok és mozgalmak ernyőszervezetévé.

Programpárt és világnézeti párt

A programpárt és a világnézeti párt megkülönböztetést Antall József vezeti be az MDF-fel kapcsolatban. A jellemzés két dolgot takar és két irányba is megy majd tovább.

A nagyméretű pártok mutatkoznak annak, amit Antall József programpártnak nevezett. A logika az, hogy minél nagyobb, illetve minél nagyobb akar lenni egy párt, annál kevésbé lehet definiált a világgépe, annál kevésbé lehet markáns világnézet megtestesülése, ugyanis akkor sokakat elidegeníthetne magától.

- Az MDF belülről három irányzatból áll, éspedig amiatt, mert ezekből a szellemi irányzatokból táplálkozik, és a végett, hogy az ilyen irányú érzékenységekkel rendelkező állampolgárokat meg tudja szólítani.

- Valami hasonlóra utal az MSZP-nek a nyilvánosságban sokat tárgyalt belső sokszínűsége, a platformjai sokasága is, hogy tehát egyszerre baloldali, szocialista, szociáldemokrata, népi stb.

- A Fidesz is hirdeti magáról, főleg 2002-t követően, majd 2006-tól némileg megváltozott hangsúlyokkal, hogy többfelé nyitott, vagyis nemcsak a polgári Magyarország felé, hanem előbb a kádári kisember felé, majd a szegények felé is. Ezt a többes nyitottságot viszont nem belső irányzatok felmutatásával teszi, hanem a szakpolitikákkal és a kommunikáció segítségével, továbbá azzal, hogy tagozatokat hoz létre. E tagozatok 2003-tól élnek, és nagyjából a 2010-es győzelmet követően, de legkésőbb 2013-ban megszűnnek életjelet adni magukról.

A programpárt megnevezés tehát lehetőséget nyújt arra, hogy egy nagy támogatásra törekvő pártnak ne kelljen nagyon szigorúan elvszerűnek, világnézetiileg teljesen koherensnek lennie. Ez a visszajáról az önelkülönítést szolgálja, a jelen esetben a doktrinerektől, a világnézetiileg nagyon elkötelezettektől való távolságtartást. Mind Antall József, mind Orbán Viktor esetében ezeknek az embereknek a KDNP van felkínálva azonosulási irányként. Ugyanakkor Orbán Viktor az idő előrehaladtával egyre inkább mutatja és hirdeti a kereszténységet, a kereszténydemokrata jelleget.

Érdekes figyelni arra is, hogy a Fidesz nyitottsága a szegény emberek felé összekapcsolható azzal, amit Antall József értett a népiség alatt 1990 táján. Antall József ezt kifejezetten a társadalom alsó régióiban élőkre értette, csak az ő irántuk érzendő felelősséget vállalta a népiségből, tehát azt nem, amit Csurka István gondolt népiség alatt.

A másik figyelemreméltó dolog, ami viszont eltérés a Fidesz esetében az antalli hagyománytól, az a kereszténydemokrácia státusa. Antall József számára a kereszténydemokrata párt szinte csak összekötő kapocs a nyugati pártrendszer felé, Orbán Viktor viszont a kormány egészét, és a kormánypártok mindegyikét besorolja a kereszténydemokrácia alá.

A programpárt jelleg, amelyik Antall József esetében van, hogy egyenesen *választási programpárt* formulában jelenik meg, megint közös az Orbán Viktornál tapasztalható felfogással. Mindketten a saját programpártjukat szinte pusztán választási eszköznek tekintik a sokkal fontosabb tevékenységhez, a kormányzáshoz. Vagyis a párt csak létra, és ezért nem is igényel sok figyelmet a kampányokon túl. A választási programpárt jelleg azt is lehetővé teszi, hogy a világnézeti párttárs kimaradjon a napi pártpolitikai csatározásokból. Olyan tehát, mintha a világnézeti párt felette állna a kicsinyes hatalmi harcoknak. A jobbközépen a KDNP-nek jut ez a szerep és lehetőség az első ciklusban éppúgy, mint 2010-től kezdve.

Hasonló munkamegosztást találunk a baloldali koalícióban is: az MSZP hozza a szavazatokat, az SZDSZ pedig a világnézetet. Ezt gyakran vetik fel kritikaként a baloldalon: bár az MSZP a jóval nagyobb párt, és az SZDSZ csak az ő hátán képes bejutni a parlamentbe, mégis mintha az SZDSZ határozná meg a kormány politikáját.

A kormányzóképes

Valamennyire a szakértelem fogalomköréhez kapcsolódik a kormányzóképeség, de annál jóval tágabb.

Elsősorban a jobboldal szótárában szerepel a konstrukciós elem, és jobbra az ellenféltől való önelkülönítés céljából. Eszerint csak a jobboldal, a Fidesz, Orbán Viktor kormányzóképes, éspedig azért mondhatjuk ezt, mert átlátja a társadalmi és nemzetközi folyamatokat, képes döntéseket hozni, és azokat képes végre is hajtani, az apparátussal végrehajtani. A kormányzóképeség továbbá azt is magába foglalja, hogy nemcsak a választási kampány idején látható jövőendő kihívásokkal kapcsolatban van egy politikai erőnek meggyőző javaslata, hanem általában feltételezhető róla, hogy a kormányzati ciklusban bármikor felvetődő gondokat is fogja tudni kezelni, éspedig a lakosság nagyobb része számára megfelelő módon.

A kormányzóképeség tehát nemcsak társadalomismereti felkészültséget feltételez, hanem döntésképeséget és végrehajtási képességet is. Márpedig – mondja a jobboldal – a baloldali kormányok nem kormányzóképesek, amit például a régóta ígért, de baloldali kormányzás idején végre nem hajtott feladatok, el nem rendezett ügyek felhalmozódása mutat. Például már jóval 1990 előtt megfogalmazódik a Nemzeti Színház megépítésének a célja, a magyar politikai elit 1990 óta ígér új alkotmányt, ígérik a képviselők létszámának csökkentését, működőképes médiatörvényt, a fővárosban négyes metró és még egy sor dolgot, de mindezeket csak a jobboldali kormány képes teljesíteni.

A baloldali kormányok és általában a baloldaliak csak sodródnak a nemzetközi eseményekkel, nincsenek önálló kezdeményezéseik, hanem külföldről, főleg Brüsszelből várják a teendők és a megoldások meghatározását – legyen szó akár a gazdasági válság orvoslásáról, akár a migrációs válságról. Nem véletlen ezért, hogy a 2006-os megszorításokat, majd az őszi beszédet követően még a valaha a baloldalra szavazók is a Fideszt támogatják, de nem azért, mert jobboldaliak lettek, hanem azért, mert csak róla tartják azt, hogy kormányzóképes. Mivel pedig 2010 után a kormányzás felettébb sikeresnek mutatkozik, az ellenzéknek viszont nincsenek meggyőző kormányzati javaslatai és kormányzóképesnek tartható politikusai, ezért a Fidesz és a jobboldali koalíció támogatottsága hosszú távon is biztosított.

Miközben a kormányzásképeség nagy hangsúlya a jobboldalra jellemző, a politikai aktorok konstrukciós komponenseinek korábban is az egyik fontos összetevője volt. Például 1990-ben Antall József azért volt választható, mert elterjedt róla, hogy felkészült a kormányzásra, és pedig annak ellenére, hogy nem volt a része a 90 előtti apparátusnak. Ha tehát az addig kormányzóktól meg kellett szabadulni, az új politikai erők pedig tapasztalatlanok voltak, akkor ebből a mezőnyből Antall József eléggé hihetően emelkedett ki az élet-történetét taglalók konstrukciós erőfeszítéseinek következtében. A baloldali vezetők mind rendelkeztek tapasztalattal, mire kormányzati pozíció közelébe kerültek: Horn Gyula, Medgyessy Péter, Gyurcsány Ferenc, Bajnai Gordon. Innen nézve Medgyessy Péter és Gyurcsány Ferenc ellen éppen azt lehetett aktor romboló kritikaként elővezetni, hogy a kormányzásképeség területén vallott kudarcot, látszott kudarcot vallani. Bajnai Gordonnal kapcsolatban még évekig az a fő konstrukciós elem, hogy annak idején képes volt kezelni a válságot, tehát jól irányította a válságkezelő kormányt. Orbán Viktor pedig lehet, hogy sokak számára nem fogadható el pártpolitikusként, de kormányozni ő tud a legjobban, és már 1998-tól 2002-ig is jól kormányzott. Mint pártpolitikus sokan érezhetik túl erőszakosnak, önféjűnek stb., de alatta az ország kormányozva van, és nem is rosszul; lehet, hogy nem minden döntése jár pozitív következményekkel, de legalább hoz döntéseket.

A nyugodt erő

A kormányzásképeség egyik összetevőjeként is számontartható a nyugodtság, de megjelenik nem kormányzó aktorok konstruktumának a részeként is.

A nyugodt erő jelszava az MDF és Antall József 1990-es találománya, de jelen van Kuncze Gábor jellemzésében és Orbán Viktor „Nyugalom, csigavér, nix ugribugri!” mondásában is. Az utóbbi egy helyen ki is fejt, hogy a miniszterelnöknek akkor is meg kell őriznie a nyugalmát, amikor a pártpolitika elszabadul, és sokan hajlamosak pánikot kelteni, vagy pánikba esni. Az ilyen aktor méltóságteljes, nem siet el a dolgokat, már csak azért sem, mert abból improvizáció és végső soron sodródás lesz.

A közvetítő

Egy-egy aktor szereti magát közvetítőnek minősíteni. Az 1990-ben szinte azonnal kirobbant ideológiai viták és polarizáció közepette a Fideszről állapítja meg egyik vezető politikusa, hogy közvetítő a jobboldal és a baloldal között. De ennek minősíti magát az MDF 1994-től kezdve a jobboldalon, ahol elsősorban az FKGP és Fidesz között kell közvetíteni.

Közvetítőnek lenni nemes dolog, mert nem zárkózottságot meg kirekesztést sugall, hanem ellenkezőleg: nyitottságot, megértést, toleranciát. Elvileg a középen álló pártok ilyenek, hiszen éppen attól vannak ott, ahol, mert nyitottak mindkét irányban. Még inkább ilyen kell, legyen egy olyan párt, amelyik elutasítja a doktrinerséget, a valamilyen eszme abszolút igazságába vetett hitet.

A kívülálló

A kívülálló olyan aktor, amelyik nem tekinti magát a politikai elit részének, esetleg annak ellenére sem, hogy parlamenti párt vagy politikus. A kívülállása a konstrukció szerint két okból eredhet: mások nem engedik be a politikai elitbe, ezért kirekesztett, avagy maga akar távol maradni az elitől, mivel az elitet, annak szokásait, az általa kialakított rendszert vállalhatatlannak tartja. Érdekes módon a két elem mindig egyszerre van jelen a konstrukciókban: a sértettség mindig büszkeségnek is az alapja.

A kívülállóság tehát pozitív és negatív oldallal is rendelkező identitáskomponens. A pozitív oldala abban áll, amikor az adott politikai erő saját magát a bevett és ezért korrump, őszintétlen politikai játékszabályokon és viselkedésformákon kívül állónak nyilvánítja. Az LMP a nevének választja ezt az önmeghatározást, de az

első nagy kívülálló a Csurka István meghatározta MIÉP. Alkalmazza a komponenst az SZDSZ is, amely már az első jobboldali koalíció berendezkedését követően visszaveszi magára az 1990 előtti pozíciójával jól összeegyeztethető rendszerellenzékiiséget. A negyedszázad végére a baloldalon egészen általánossá válik az az önmeghatározás, hogy mindenkinek a Nemzeti Együttműködés Rendszerén kívül kell állnia, és már csak ezért is egy jövődő kormányváltás egyben rendszerváltás is lesz. Ha nem is ennyire radikálisan, de a mindenkori ellenzék mindig is hajlamos azt hirdetni: nem egyszerűen a kormány ellenzéke, hanem a kormány és a kormányzó többség által kialakított rendszeré.

Az outsider volt egyszerre büszkeség alapja, érv a saját autentikus volt mellett, ugyanakkor az áldozattá konstruálás lehetőségét is tartalmazza: a kívülálló nagyon is lehet kirekesztett. Az öntörvényű hős, aki ugyanakkor áldozat is. A kirekesztettség korai közös konstitutív élménye a baloldali politikai közösségnek, és nemcsak az MSZP-nek, hanem a Munkáspárt, az MSZOSZ, de még a *Népszabadság* és a *Népszava* is panaszkodik rá. Az új pártok karanténba zárták a baloldali politikai közösséget, holott az MSZP politikusai is az előmozdítói voltak a rendszerváltásnak. Ez a kirekesztettség át is fordul: az MSZP helyzete tulajdonképpen azonos az állampolgárok nagy tömegének a helyzetével, az új politikai elit nekik is ugyanúgy hátat fordít, mint a baloldali politikai közösségnek.

A kirekesztés elleni korai baloldali küzdelem egyben arra is lehetőséget nyújt, hogy a baloldalt kirekeszteni akarókat, tehát a jobboldalt antidemokratikusnak konstruálják meg. A demokrácia nem más, mint hogy a nagy tömegeket képviselő pártok szabadon működhetnek. Aki egy-egy ilyen pártot ki akar szorítani, az nem demokratikus, hanem demokráciaellenes. Ugyanez a logika van jelen azokban a kommunikációs gesztusokban, amelyekkel a jobboldal deklarálja eliten kívüliségét. 2002-től kezdve a bankárok és a nagytőke képezi az elitet, 2006-tól pedig a baloldali tőkés és a 68-as kulturális fősodor, mely számos vonatkozásában nem több, mint a brüsszeli és a nemzetközi gazdasági és egyéb elit hazai kiszolgálója, szálláscsinálója.

Az elitellenesség értelmében vett kívülállás szűkebb köre a zöld közösség kritikája a XX. századi, a rendszerváltás óta uralkodó pártokkal szemben. Az LMP úgy is említi őket, mint álbaldali és áljobbaldali elitet.

A radikális

A kívülálló elvileg azonos lehetne a radikálissal, hiszen gyökeresen más rendszert, más politikát akar bevezetni. Mégis, a politikai kommunikációban radikálisnak csak a kisméretű és a jobboldali pártokat szokás nevezni. Kezdetben a Fidesz minősül radikálisnak, de ez akkortájt inkább stílusmegjelölés és nem tartalmi, s 1990-től kezdve a párt még a politikusai külsejének a megváltoztatása révén is törekszik belesimulni a politizálás fősodrába. Később csak jobboldali erő lehet radikális, ezért a népi, nemzeti radikálisok, majd a Jobbik és közössége minősül annak. Ez jobbra azt jelenti, hogy szerintük nem egyszerűen a kormány összetételét kell megváltoztatni, még csak nem is a politika működésmódját, hanem az egész társadalmat. A radikálisok általában vállalják is ezt a jelzőt magukra nézve.

A generációs aktor

Radikálisnak elsősorban a fiatal politikusokból álló és a fiatalokat megszólítani igyekvő politikai erők szoktak minősülni. Ezeket generációs aktoroknak is nevezik. A megnevezés itt is többértékű.

- Jelentheti az ártatlanságot általában vagy legalább a Kádár-rendszer bűneiben, esetleg ártatlanságot a rendszerváltó pártok korrupciós alkuiban. Gyurcsány Ferenc és Hiller István az előbbi értelemben vett fiatal generáció tagja 2004-ben.

- Jelentheti azt is, hogy az adott erő még fiatal, tehát nem törekedhet kormányzati szerepre. Fiatal, tehát tapasztalatlan, illúziókban él. Ez érthető pozitívan is, úgy, hogy még vannak illúziói, még nem kiábrándult, cinikus és fásult. Ezt vetik fel 1998-ban a Fidesz esetleges kormánya kerülésével szemben.

- Egy másik párt ifjúsági szervezete. Például a Fidesz az SZDSZ-é vagy a Jobbik a Fidesz titkos ifjúsági szervezete, vagyis az a jobboldali kínálat, hogy a fiatalok inkább jobbról lázadjanak, mint balról.

Politikus típusok

Az alábbiakban a személyes aktorok fő fajtáit mutatom be. Most is a fontossági sorrendet követem, tehát a legfontosabbal kezdek.

A vezér, a messiás

A vezér az a személyes aktor, amelyik attól függetlenül a vezetője a politikai közösségnek, hogy van-e intézményes funkciója, tehát betölt-e olyan funkciókat, mint például a pártelnöki vagy a miniszterelnöki. A huszonöt év alatt a vezér paradigmatis esetévé az Orbán Viktor nevű konstruktum vált, de az összetevői közül nem egy megtalálható az 1990 utáni legelső években is, és persze másoknál is.

Először Kis Jánossal kapcsolatban írják le, hogy valószínűleg örökké az SZDSZ vezetője lesz, mégpedig azért, mert mintaadó személyiség. Szellemi és egyéb, például a múltjából fakadó tekintélye van. Orbán Viktor is hasonlóképpen jelenik meg akkor, amikor nem pártelnök, és mégsem nyilatkozza senki azt, hogy más vezetné a Fideszt, illetve később a jobboldali politikai közösséget.

A vezér általában látnok, próféta, karizmatikus vezető. Sajátos, egyedülálló politikai érzéke van. A leginkább Orbán Viktor rendelkezik ilyenekkel a baloldal szerint. Ez csak részben, nagyobbik részben elismerés, dicséret. Ott van ugyanis az ösztönösség eleme is: nem azért politizál (a saját szempontjából) jól, mert jó politikus, mert tud dolgokat, mert szépek az elvei, mert nemesek a céljai, hanem azért, mert ösztönösen jól lép egy-egy helyzetben. Ebben mindig ott a sugallat: mi van, ha egyszer cserbenhagyja az ösztöne? Jobb az olyan politikus, akinek tudása van és nem ösztöne, mert a tudás a leginkább csak gyarapszik a gyakorlat és a tapasztalat által, az ösztön azonban vagy van, vagy nincs, vagy jól működik, vagy rosszul.

A látnok korai példája Csurka István, aki ezt összekapcsolja a magánnyal, hogy tehát a vezér magányos, bármennyi híve legyen is. A magány oka, hogy kiemelkedik a többiek közül, mert olyan tehetsége, érzékenysége van, mint senki másnak. Paradox módon tehát úgy a vezére a közösségnek, hogy közben nagyon különbözik is az azt alkotóktól. Nem egyszerű ügyintéző, aki a mások vagy a körülmények által diktált feladatokat oldja meg, ügyeket viszi, hanem újakat kreál, de olyanokat, amelyekről hamar kiderül, hogy a legfontosabbak a közösség vagy a nemzet, esetleg egész Európa számára.

A vezér abban is különbözik a politikai közösség bevett politikusi mintáitól, hogy ambiciózus, de nem hatalomvágyó, vagyis a hatalom nem öncél, hanem arra kell, hogy megvalósítsa a vízióját. A hatalomvágya tehát nem tartalmatlan.

A baloldal sokáig elutasítja a vezér jelenségét, azt hirdeti, hogy az egyéni politikus mindig egy szélesebb közösség vagy intézmény nevében szólal meg. Mégis, ha nem is a pártvezetés, de az alsóbb szintű tagság nemcsak elviseli, hanem miniszterelnök-jelölti posztra juttatja a nagyon másképpen, de nagyon korszerűen viselkedő határozott, karakteres, tehetséges, lendületes, igazi politikusi gesztusokat felmutató és politikusi levegőt árasztó Gyurcsány Ferencet.

A vezér sokszor egyéni felhatalmazással rendelkezik a közösség radikális átalakítását illetően. Vona Gábor abban is követi a vezérség Orbán Viktorhoz kötődő mintáját, hogy egyéni felhatalmazást vindikál magának a Jobbik átalakításához, és mások is az ő személyéhez kötik a folyamatot. Itt tehát van egy ismétlődő konstrukciós minta: a tábor, a politikai közösség nagyon bíz a vezetőben, ezért ráhagyja az átalakítást. Ez Orbán Viktor 2002 nyaratól 2003-ig, Gyurcsány Ferenc 2004-től 2006-ig, és Vona Gábor a néppártosodás időszakában.

A vezér abban is eltér a többségtől, hogy kimond dolgokat, megtör tabukat, amelyeket más nem mert eddig. Főleg a jobboldal büszke erre: Csurka István, Vona Gábor és Orbán Viktor is jelzi, hogy kész tabut törni az igazság és a magyar emberek érdekében.

A vezérről el szokás mondani, hogy nélkülözhetetlen a politikai közösség, de esetleg az egész nemzet számára. Orbán Viktor ilyen, de Antall József is az, majd Gyurcsány Ferenc is. Olyan politikusok, akikről azt állítják, hogy a személyükben fogják össze a saját politikai közösségüket. Ez ugyanis lehetséges, az tehát, hogy ne intézmények, hanem személyek végezzék el ezt a feladatot. A politikai közösség tagjai a személybe és nem (csak) az intézménybe vagy a szervezetbe helyezik a bizalmukat. Az integrátor szerepére Kuncze Gábor is jó példa, amit az SZDSZ-nek a politikus elnöki posztról történt távozása utáni felbomlása is mutat.

A baloldalt illetően 1998-tól kezdve merül fel újra és újra, hogy vezérré lenne szüksége. Sajátos módon a folyamatot egyszerre erősíti és gyengíti az úgynevezett három tenor időszaka, amikor Horn Gyula, Németh Miklós és Kovács László küzd a miniszterelnök-jelöltségért. Ekkor Németh látszik a vezér kritériumokat leginkább kielégítő politikusnak, s az esélyesek közé tartozása mutatja az MSZP vezérigényét, messiásvárását. Hármuk helyett azonban Medgyessy Péter lesz a jelölt, s a 2002-es győzelmével a kérdés egy időre lekerül a napirendről. Ugyanakkor már 2003-ban elkezdik latolgatni azt, hogy kivel lehetne 2006-ban győzni Orbán Viktorral szemben, mert Medgyessy Péter erre nem látszik alkalmasnak.

A győztes Gyurcsány Ferenc a legjobb példája annak, hogy a vezér általában is árnyékba borítja a pártját és a kormányát. Sem a miniszterek nem látszanak tőle a nyilvánosságban, sem a pártja, főleg nem a pártelnök Hiller István. Nem önálló aktorok: amit a kormánya vagy a pártja tesz, azt valójában ő teszi, ő akarja, a többiek csak végrehajtják az utasításait, esetleg pusztá bábok.

Gyurcsány Ferenc azért is fontos, mert örökre felszámolja a nem politikusi, tisztán szakértői baloldali politikus esélyeit. Amikor Bajnai Gordon 2012-ben visszatér Magyarországra, mint messiásra várnak rá, és bármennyire is jelen van a konstruktumában a sikeresnek nyilvánított 2009-es és 2010-es válságkezelés, immár mindenki valódi, vérbő politikust szeretne látni benne. Amikor pedig alulmarad a pártok közötti harcban, mindenki könnyedén elfogadja azt, hogy nem szakértőre van immár szükség a baloldalon sem, nem olyan valakire, aki a pártpolitikában bizonytalankodik, aki nem eléggé határozott, nem eléggé politikus.

A másodállású politikus

Inkább csak a kontraszt kedvéért érdemes megemlékeznünk egy olyan személyes aktor típusról, amelyik valaha tartható volt, de elszállt felette a politikai idő. Elsősorban a liberális közösség gondja az a kilencvenes években, hogy a saját vezetői a társadalomtudományokból és a humántudományokból érkeztek, és nem tekintik fő foglalkozásuknak a politikát. Például Göncz Árpád a számos populista gesztusának egyikeként nem hivatásos politikusnak mondja magát: ő elsősorban író, műfordító és 56-os elítélt, valamint hétköznapi ember. Mintha tehát a politikus nem volna szakma, mintha lehetne félszívvel művelni.

Orbán Viktor ezt egyenesen morális problémának látja, tudniillik amennyiben valaki nem vállalja mindazt, amivel a politikusi működés jár, akkor tulajdonképpen félrevezeti a politikustársakat éppúgy, mint a választókat.

Az autentikus politikus

Hogy a politika és a tettetés, hazudozás, színház között van párhuzam, az korán közhellyé válik a nyilvános kommunikációban. A kilencvenes évek második felére közhellyé válik az a mondás is, amelyik szerint a politikában eluralkodott a marketing, ami alatt azt szokás érteni, hogy a politikust felépítik, tehát kivetkőztetik saját magából, és valami mást csinálnak belőle, valami olyat, amit elég sokan megvesznek a választók közül ahhoz, hogy bejusson a parlamentbe, sőt, kormányt alakítson. Ezzel szemben épül föl az autentikus

politikus konstruktuma. Eszerint a politikus nem azért teszi azt, amit, mert ettől vár támogatást, hanem azért, mert valójában is úgy gondolja helyesnek.

Orbán Viktor azt mondja, hogy az Egyesült Államokban látott már felépített politikust, de Európában, és ezen belül a kelet-európai közegben ennek nincsen értelme, mert 1990 előtt a politikusok nagyon eltávolodtak a polgároktól, tehát mindenki a politizálás személytelenségéhez szokott hozzá. Csurka István és a MIÉP is a maga autentikus voltával büszkélkedik, ahogyan mindazok a politikai erők, így például az SZDSZ, majd a 2014-es összefogástól távol maradó LMP, amelyek az elvszerűségükre hivatkoznak, tehát arra, hogy nem áldozzák fel az értékeiket a szavazatszerzés oltárán. Gyurcsány Ferenc is azt hirdeti, hogy esetében nem válik el a magánember a politikustól, amivel arra céloz, hogy a teljes életét ugyanazok az elvek és értékek vezérlik.

A prototípus

A paradigmatisz vezér egyben prototípus is, vagyis az egész életével mutat példát a közössége tagjai számára. Nemcsak a politikai beszédeiben és írásaiban ad elő vonzó üzeneteket, hanem az életstílusa is követendő. Nem arról van szó, hogy a prototípus ugyanúgy élne, mint a hívei, hanem arról, hogy úgy él, ahogyan a hívei szeretnék élni, vagy ahogyan a hívei szerint szép élni az adott közösséghez tartozóknak, akár megvalósítható az, akár nem. Érthető módon az állampolgárok mindegyike nem lehet miniszterelnök vagy ötyermekes családapa, vagy akárcsak olyan tehetős sem, mint Orbán Viktor vagy Gyurcsány Ferenc, de ettől még szívesen értesülnek a mintaéletek fordulatairól.

Prototípus szerepet játszhatnak olyan politikusok is, akik nem vezérek, de szem előtt vannak. A talán legjobb példa a Jobbik esetében Dúró Dóra és Novák Előd: ők házaspárként és családként élik a nemzeti radikalizmust, mint életformát, életstílust. Szél Bernadett hasonlóképpen a magánéletével is példázza a környezettudatos életmódot. Kis János mintaadó szerepét már említettem feljebb.

Az áldozat

A kívülről kapcsán szó esett az áldozattá konstruálás lehetőségéről. A politikus aktor voltával nehezen fér össze ez a komponens, hiszen az áldozat kiszolgáltatottságot sugall, a politikus azonban éppen arra vállalkozik, hogy változtasson a dolgokon, például segítse a kiszolgáltatottakat. Nem véletlen, hogy a politikusok sűrűn mutatják magukat különféle áldozatok képviselőinek. Például az MSZP a politikai eliten kívülké valahányszor ellenzékben van. Az SZDSZ sokféle kisebbséget akarna felkarolni. A Fidesz a zsidó-keresztény kultúra, a nemzeti érzelműek, a migránsok által fenyegetett nők védelmezőjének és képviselőjének minősíti magát.

Az ilyen áldozatkonstrukció a képviselet vonatkozásában nem aktort konstruál, hiszen az áldozat valószínűleg nem cselekvőnek van megkonstruálva, hanem a körülmények vagy más aktorok cselekvései áldozatának. Ugyanakkor maga a politikai aktor is lehet néhány esetben áldozat.

Gyurcsány Ferenc áldozat 2010-et követően, amiképpen Orbán Viktor is az már 1993 óta, tudniillik a másik oldal ádáz támadásainak az áldozata. A radikálisok szemében Budaházy György is áldozat, méghozzá koncepció per áldozata és politikai fogoly. Hasonlóképpen a Magyar Gárda és utódszervezetei is igazságtalan támadások áldozatai: igaztalanul támadják és vádolják őket erőszakoskodással, rasszizmussal, viszont elhallgatják a szociális és kulturális tevékenységüket.

Az áldozat nemcsak sajnálatraméltó voltot sugall, hanem fontosságot is. Nem egyszer azt látszik igazolni, hogy az adott politikus annyira fontos a másik oldal szemében és általában a politikai életben, hogy állandóan támadják, de persze ő ezt tűri. Érdekes eset az, amikor Orbán Viktor azzal magyarázza a nők jobboldali hiányát, hogy egy nő nehezen viselné el azt a sok támadást, amit a politikusok kapnak. Ez áttételesen saját

magának az áldozat szerepében való megkonstruálása is. A keresztény kultúra védi a nőket, logikus tehát megvédeni őket a politikában elkerülhetetlen támadásoktól és az áldozattá válástól.

A megtért

Vannak aztán olyanok, akik azzal a lépéssel építik az imázsukat, hogy feladták a függetlenségüket, mert annyira visszataszítónak látták a politikai helyzetet. Ilyen például Schmitt Pál és Vágó István. Őket esetenként annyira megbecsülik, hogy mindjárt a párt élére katapultálnak: lesz belőlük például utóbb köztársasági elnök vagy a pártjuk elnökségi tagja.

A kiábrándult

A huszonöt év során számos politikus kiábrándulása lett fontos a nyilvánosság formálói számára. Valaki politizál egy pártban, magasra viszi, vezető funkciót kap, a párt fontos tagjaként válik ismertté a nyilvánosságban, majd egyszer csak kiválik a politikai közösségből vagy legalább a szervezetből, és pedig azért, mert csalódik benne, nem tudja követni annak pályafutását. Említhetjük Pozsgay Imre pályáját, aki az MSZP frakcióvezetője 1990-ben, majd kiválik és mozgalmat, később pártot alapít. Tóth Gy. Lászlót, Tarlós Istvánt, Sebes Gábort vagy Tellér Gyulát, akik mind kiábrándult SZDSZ-esek és a Fideszben találnak új pártra, ahogyan Elek István is az MDF-ből történt kizárását követően, hogy aztán a Fideszből is kiábránduljon. Említhetjük az Új Baloldal nevű pártba tömörülteket, vagy a Szövetség a Nemzetért Polgári Kör tagjait, például Vona Gábort, aki a Fideszben, mégpedig Orbán Viktor közvetlen közelében indul, hogy aztán a Jobbik elnöke legyen.

Valójában itt nemcsak az adott személyes aktorok konstruálása történik, hanem az őket kiábrándultakként az előtérbe állító közösségé is. A társadalomszemiotika jóvoltából látjuk azt, amilyen szerepet egy-egy politikai közösség konstruktumában az aktorok játszanak, s ahogyan egy-egy ember nem pusztán saját maga, hanem például kiábrándult SZDSZ-es vagy MSZP-s vagy fideszes. Valahányszor említik, megemlítik ezt a tulajdonságát, még akkor is, ha ez esetleg addigra a számára már nem fontos, hiszen a tevékenységét nem a kiábrándultság irányítja, hanem – a szokásos deklarációk szerint – az adott párt eredeti hitvallásához képest ő nem változott, hanem a párt mozdult el attól és ezáltal őtől is.

A kiábrándult ellensúlyozására alakult ki a *sértett* aktor komponens. Azok a megszólalók alkalmazzák ezt a kiábrándultakra, akik azt akarják tudatni, hogy az illetők nem elvi, hanem személyes okokból hagyták el a pártot vagy a közösséget: nem kaptak meg valamilyen pozíciót, nem voltak képesek belátni, hogy másképpen kellene politizálniuk, de önkritika híján maradt nekik a *ressentiment* és a bosszú.

Az ellenfél konstrukciók

A sértettel tulajdonképpen át is tértünk azokra az aktor fajtákra, amelyek segítségével a politikai kommunikációban az ellenoldal aktorait szokás megkonstruálni. Ha tehát eddig arról volt szó, hogy milyen pozitív aktor konstrukciók közül választhatott a cselekvő saját magának vagy a vele azonos táborba tartozónak szerepet, akkor most a negatívakkal találkozunk, vagyis azokkal a mintákkal, amelyek segítségével az ellenfeleket konstruálhatta meg. Ahogyan az eddig bemutatott konstruktumok többségében a pozitív jelleg ellenére volt egy jó adag kritika másokkal szemben, úgy most megfordítva azt mondhatjuk, hogy az ellenfelek jellemzése segítségével a konstruktőrök egyben saját képüket is gondolják. Azt emelik ki a másokban, amiben ők maguk nem vétkesek, ami őket nem terheli, aminek a tekintetében ők jobbak a másikonál.

Az ellenség

A legveszélyesebb ellenfél az ellenség. Magát az ellenség szót ritkán használják, mivel viszonylag hamar kialakul az a felfogás, hogy demokrácia idején a legitim pártok és politikusok nem ellenségek, hanem csak ellenfelek vagy riválisok, illetve barátok vagy szövetségesek lehetnek. Az ellenség szót ezért az egyszerűsítés kedvéért alkalmazom a továbbiakban, és pedig azokra az ellenfelekre, amelyeket a politikai kommunikációban a legveszélyesebbeknek konstruálnak meg. Közös jellemzőjük, hogy kívül állnak a demokratikus értékrenden, mely értékrendet néha európaiságnak vagy a jó erkölcsnek szokás nevezni. Az ellenség tehát nem vagy inkább nem illik bele a demokratikus rendbe, és mivel aktív, ezért veszélyezteti is azt.

Ha a későbbi ellenséghez tartozó személyek és szervezetek valaha demokratikus elkötelezettségűek voltak is, és legfeljebb az volt velük a baj, hogy ügyetlenül tevékenykedtek, az ellenfél előbb-utóbb *antidemokratikussá* is válik, és így konstruálódik át ellenséggé. Az antidemokratikussága abban érhető tetten, hogy kormányon szűkíti a szabadságjogokat, például megszállja a médiát, olyan választási rendszert hoz létre, amelyben neki kedvezően lejt a pálya, elszívja az anyagi forrásokat az ellenzéke elől, amivel lehetetlenné teszi az ellenőrzést és azt, hogy működjék a politikai váltógazdaság.

Az ellenség közös tulajdonsága a *korrupt* volta: magánérdekek és magánvagyonok kiszolgálására használja a politikai és főleg a kormányzati hatalmat. A korrupció olyannyira általános a kormányzati pozíciót már betöltött pártok és politikusok esetében, hogy ez a politikai oldalak közös nevezője is egyben: előre meghatározott arányban osztoznak a megvesztegetések, a túlárazások hasznából.

Az ellenség nemcsak politikailag elfogadhatatlan, hanem *morálisan* is az, nemcsak intézményes és szervezeti formát ölt, hanem személyest is. Az ellenség nem csupán tévesen fogja fel a politikai teendőket, hanem rosszindulatú is. Azt mondhatjuk, hogy a személyes ellenség, mint a populáris kultúra fő gonosza, tulajdonképpen már születésétől fogva, tehát eredendően vagy gonosz, vagy legalábbis szinte elkerülhetetlenül sodródik a gonoszság felé. Még ha tehetséges is, azt a tehetséget rosszra használja.

Az ellenség nemcsak abban az értelemben perszonalizált, hogy sokszor személyes alakban, egy-egy emberben konstruálódik meg, hanem abban az értelemben is, hogy minden állampolgárnak a személyes sorsát is veszélyezteti, rombolja, mindenkinek a személyes ellensége is. Mivel az állam vagy eleve ott van minden ember életében, mégpedig az oktatáson, az egészségügyön vagy legalább az adóztatáson keresztül, vagy éppen az az ellenség gonoszságának az egyik megjelenési formája, hogy szükségtelenül is beleavatkozik minden egyes ember életébe, tehát emiatt aztán minden egyes ember szenved a rossz kormányzástól, az ellenség károkozásától.

Az ellenség paradigmája, iskolapéldája az Orbán Viktor nevű konstruktum. Vele kapcsolatban láthatjuk felvonulni az ellenség imázs összes alkotóelemét. A támadók szerint nemcsak politikusként káros, hanem magánemberként is elítélendő. Nemcsak az jellemző rá, hogy súlyosan megosztja a magyar társadalmat, rájátszik az antiszemita érzelmekre, felszámolja a rendszerváltás vívmányait, az európai uniós értékeket, az európaiságot, mint például a jogállam, a médiaszabadság, a fékek és egyensúlyok vagy ellensúlyok¹ rendszere, hanem a családját is terror alatt tartja, mentálisan beteg, de ez nem csoda az után a gyerekkor után, amelyet a zsarnok apja miatt el kellett szenvednie. Mivel cigány származású, tehát nagyon alacsony sorból küzdte fel magát, ezért örökké kisebbségi érzéssel viaskodik, amit erőszakossággal és az igazi kultúra felszámolásával kompenzál, sőt kompenzál túl.

Hasonló motívumok találhatók meg abban, ahogyan a baloldal és politikusai konstruálódnak meg ellenségként. A baloldal kétes szereplője a magyar politikának: kétes a származása, nem egy politikusa zsidó vagy

¹ A közbeszéd láthatóan nem döntötte el, hogy egyensúlyoknak vagy ellensúlyoknak fordítsa-e az amerikai *balances*-t. Ahogyan a pálya lejtésével kapcsolatban is zavar van: akkor fejezem-e ki azt, hogy jó az ellenfélnek, ha azt mondom, hogy felé lejt a pálya, vagy ha azt mondom, hogy neki lejt a pálya, tehát tulajdonképpen felém lejt.

kommunista családból érkezett, ezért bizonytalan az identitása. A kádári múltja miatt kétes a demokratikus elkötelezettsége, kétes, hogy tényleg a magyar nemzeti érdekeket, és nem inkább a globális háttérhatalmak, de legalábbis Brüsszel érdekeit szolgálja-e. Ha prototípusa Gyurcsány Ferenc, akkor olyan embert látunk, aki hazug, inkompetens, és inkább teszi tönkre az országot, mint hogy kiengedje a karmai közül a hatalmat, túlmozgásos, össze-vissza beszél, állandóan ígéretet, de megvalósítani semmit sem tud, tehát képtelen az ország kormányzására, és még azt is akadályozza, hogy normális ellenzék alakuljon ki a jobboldali kormányzással szemben.

Az állampárt

Az éppen kormányon levő, kormánytöbbséget adó pártot az 1990 előtti állampárthoz, illetve általában állampárthoz hasonlítják. Az MSZMP MDF néven született újjá az első ciklus idején, sőt, tulajdonképpen az 1945 előtti állampárt is újjászületett az MDF-fel. Hogy a 2010 utáni Fidesz olyan, mint az állampárt, kézenfekvő, hiszen nagy a többsége az országgyűlésben, és a koalíciós partnere valójában nem létezik, s az utóbbi szintén az állampárti, tehát a valójában egypárti leírást erősíti.

Azt látjuk, hogy uralkodóvá válik az a szólam, hogy Magyarország már csak olyan, hogy szinte mindig egyetlen párt uralja a politikát, a többiek pedig nem igen jutnak szóhoz.

Az ellenzéki

Az ellenfél egyik típusa az ellenzék, az ellenzéki. A korai években az ellenzékiiség néhány politikus és szervezet, így az SZDSZ vezetői és a Fidesz esetében nem utolsósorban a '90 előtti rendszerrel szembeni ellenállás formájában fogalmazódik meg. Az akkori harcuk és üldöztetésük hitelesíti a '90 utáni ellenzéki álláspontjukat, mivel ők már 1990 előtt is a rendszerváltás utáni állapotok felől elleneztek a korábbiakat, tehát ők ismerik a leginkább a demokrácia és a piacgazdaság elveit és gyakorlatát, nem a többséget szerzett pártok.

Már ekkor megjelenik az ellenzéknek az a jellemvonása, hogy mindent kifogásol, kritizál és támad, amit a kormány vagy a hivatalban levő tesz. Ezt Orbán Viktor sűrűn felhánytorgatja az első kormányzása idején, 2006-tól kezdve pedig úgy van jelen a baloldali kommunikációban, hogy valójában az ellenzék, a Fidesz, és főleg Orbán Viktor van kormányon, mert mindent megakadályoz, és pedig a legkárosabb, legerőszakosabb módokon.

Az ellenzék néha árnyékállamnak minősül. Mind a jobboldal, mind a baloldal alkalmazza ezt az eszközt, a jobboldal főleg az első ciklus idején, a baloldal pedig az Orbán Viktor kormánya utáni időszakban. A logika szerint az aktuális ellenzék a korábbi kormányzása idején olyan nagy tömegben cserélte le a különböző apparátusok tagjait a saját embereire, hogy nem lesz könnyű rendesen kormányozni az árnyékállam struktúrái közepette.

A maffiaszerű

Az ellenfél lehet maffiához hasonlatos. Maffia, vagyis bűnszervezet, mert törvénysértő célok és működés-módok jellemzők rá, és mert hálózatos formát ölt. Ugyanakkor olyan hálózat, amelyiknek nagyon is van központja, ezért polipként is említik, már csak azért is, mert messzire nyúlnak a karjai, a csápjai. Polip, tehát élőlény, vagyis nem egy egyszer s mindenkorra kialakított elrendeződés, hanem hajlamos a folyamatos terjeszkedésre, arra, hogy behatoljon mindenhová, ahová kedve tartja. A központ általában egy-egy politikus, vagy kevés számú politikus zárt közössége.

Ha a szavak, maffia és polip, nem is, de a gondolat jelen van a korábbi baloldalra vonatkozóan is, és pedig nem is csak a jobboldali megszólalásokban, hanem a baloldaliakban is. Eszerint az MSZP nem más, mint

érdekkijáró szervezet nagyvállalkozók számára, tehát a nagytőke pártja. Főleg az értelmiségi holdudvar kommunikátorai fogalmaznak így és a népi baloldal, vagyis olyanok, akik úgy látják, hogy a pártot lassan felvásárolják a szocialista milliárdosok.

Különösen a 2010 utáni jobboldallal kapcsolatban dolgozták ki a maffiaállam és a magyar polip metaforát a baloldal megszólalói. A szemükben a Nemzeti Együttműködés Rendszere nem pusztán egy helyzet leírására szolgáló fogalom, hanem egy negatív, ellenséges cselekvő neve is. Nem egy-két személyről, nem csupán egy ideiglenesen hatalmat gyakorló kormányról és parlamenti többségről van szó, hanem élő organizmusról, egy egész rendszerről, amelyik ilyen mivoltából eredően mindent behálóz és magába olvaszt vagy akar olvasztani. Ezért nem elegendő a kormányt megváltoztatni, az egész rezsimet kell leváltani.

A populista

A populizmus és populista szavakat az SZDSZ megszólalói vezetik be, éspedig elég hamar, már 1990-es követően. Kezdetben magába foglalja nemcsak a jobboldalt, főleg a Torgyán József vezette pártot és Csurka István környezetét, hanem az MSZP-t is, tehát szokás beszélni jobboldali és baloldali populizmusról egyaránt. Főleg az ígéretei miatt válik valaki a politikai kommunikációban populistává: mindenkinek azt ígéri, amit az illető hallani akar. Hamarosan a baloldal megszűnik populistának minősülni, és csak a jobboldal tartozik a meghatározás alá.

Előbb 1996 táján, majd a kétezres években válik fontossá a fogalom, tulajdonképpen azt követően, hogy a jobboldal szélsőjobbnek minősítése elveszíti hatóképességét, és ezért új címkére van szükség a jobboldal konstruálásához. Ekkortól a populizmus talán fő értelme az Európától való elfordulás lesz, ami nem mond ellent a korábbi szélsőjobb jellemzésnek, hiszen a szélsőjobboldaliság is idegen az európaiságtól.

Köztes aktorok

Azért nevezzük a következőkben bemutatandókat köztes aktoroknak, mert átmeneti helyzetet foglalnak el a politikai kommunikáció megszólalásaiban: sem nem intézményesen szentesített, sem nem a mindennapos politikai élet szféráján kívüli konstruktumok, mint például a választópolgárok tömege. A köztes aktorok fő erenye a politikai kommunikációs megfogalmazások szerint az, hogy (még) nem szakadtak el az állampolgároktól, szemben azzal az állapottal, amelyben a politikai elit, annak pártjai és intézményei vannak. A köztes aktorok jelenítik meg a valódi állampolgári törekvéseket, panaszokat és érdekeket, s a politikai elitnek igazából ezeket kellene követnie a saját személyes és inkább korrupciós késztetései helyett.

Mozgalom

Említettem már azt a mintát, amelyik szerint a politikus előbb mozgalmat alapít, majd abból alakítja ki a pártját. Ez a lépéssor az említett logikára épül: a mozgalomba tömörülnek az állampolgárok, éspedig még anélkül, hogy pártpolitikai korlátok közé zárnák magukat. Amennyiben a mozgalom erősnek mutatkozik, akkor ez igazolja a politikai kezdeményezés széles körű támogatottságát, azt tehát, hogy valóban megtestesít választói törekvéseket. Mi sem természetesebb, mint pártot hozni létre a mozgalom alapjára támaszkodva, hiszen csak pártok indulhatnak a választásokon, és kerülhetnek így abba a pozícióba, hogy jogszabályi eszközökkel mozdítsák elő a mozgalomnak életet adó célok elérését.

Milyen mozgalmi aktorok alakulnak ki 1990-től kezdve? A képlet tulajdonképpen a szokásos: a baloldali párt a szakszervezeteket szeretné a saját mozgalmi hátterének tekinteni, és ez nem is sikertelen az 1994 körüli időkből. A jobboldaliak saját mozgalmakat alapítanak: Magyar Út Körök, polgári körök. Főképp a polgári körök sikerét látva később az MSZP is igyekszik hasonló köröket létrehozni.

A Jobbik sajátos képlet. Kovács Dávid, az első elnök, a Jobbikot két lábon álló szervezetnek tekinti, tudniillik olyannak, amelyik párt, de megőrzi a mozgalmi jellegét is, és így például kulturális és közösségi programokat szervez a továbbiakban. A MIÉP számára a Jobbik kezdetben csak mozgalom, éspedig ifjúsági szervezet, amelyiken keresztül a fiatalok csatornázhatók be a szavazótáborba. 2006-ban együtt is indul a két szervezet. Később a Jobbik önállósodik, és akkor Csurka István szembefordul vele, például MIÉP II-nek nevezi, és izraeli kreatúrának minősíti.

A holdudvar

A holdudvar olyan közéleti megszólalókból és cselekvőkből, személyekből és lazább szerveződésekből álló szféra, amelyik egyértelműen kötődik egy-egy politikai párthoz. A holdudvar tehát támogatja a pártot, ugyanakkor formálisan nem szólhat bele a szervezet politikai döntéseibe, és – nem utolsósorban – nem befolyásolhatja a személyi döntéseket, hiszen nem választ küldötteket vagy miniszterelnök-jelöltet. A holdudvar ugyanakkor szellemi munícióval segít a politizálásban, az általa kínált cselekvési formák kielégíthetik a nagyobb aktivitásra irányuló állampolgári igényeket, és persze a tagjai a pártra szavaznak, esetleg tevőlegesen is részt vesznek a kampányokban. Vagyis már nemcsak két állapot lehetséges: a párttagé és a szimpatizáns választóé, hanem különféle átmenetek, az aktivitás és kötődés különböző formái is.

A pártnak és a holdudvarnak a viszonya többféle lehet. Kezdetben a holdudvar hasonlatos a mozgalomhoz, ugyanis mintegy a párt nő ki a holdudvarból, a párt a holdudvar parlamenti képviselője. Ennek fő példája az SZDSZ és utóbb a tőle a holdudvar jelentős részét megöröklő MSZP. A nyilvánosságban sokszor jelenik meg úgy a viszonyuk, hogy a pártnak időről időre meggyűlik a baja a holdudvarával az utóbbi túlságosan elvszerű viselkedése, kompromisszumképtelensége miatt. Később egy-egy párt, például a Fidesz maga akar létrehozni olyan mozgalmi és kulturális, valamint értelmiségi szférát, amelyiken keresztül a pártpolitikában, a párttagságban részt venni nem akaró állampolgárok is kapcsolódhatnak a párthoz. Hasonló törekvést hirdet meg a 2014-es választási eredmények láttán az LMP is.

A közösség

Bár a baloldali szóhasználatban is jelen van a politikai közösségre való utalás, tehát hogy az adott pártnak saját politikai közössége van, a közösség szó használata elsősorban a jobboldalra jellemző. Olyan konstrukciós irány ez, mely szerint nem pusztán egy párt plusz a választói alkotják a politikai közösséget, hanem kis közösségek összessége, melyen belül a párt csak egy tartozék, részlet, komponens. A közösség valamiféle szerves összetartozás az állampolgárok között, rendszeres együttlét, folyamatos reflexió a politikai élet történéseire és aktív cselekvés, amikor szükséges. Ezért a közösség kisméretű, akkora, amekkorának a tagjai személyesen is ismerik egymást.

A közösség és a közösségek összessége párhuzamos társadalmat alkot. A párhuzamos társadalom gondolata azt foglalja magába, hogy bármilyen legyen is a kormánytöbbség színezete, mi a magunk kis világában a saját értékrendünk és mintáink szerint élünk. Ezért jobbra akkor beszélnek ilyenekről, amikor az adott politikai erő ellenzékben van, ezért meg kell találnia azokat a formákat, amelyek által életben tarthatja a reményt a dolgok jobbra fordulását illetően.

A közösségi aktor egyik példája a Magyar Gárda. A Gárda különösen intenzíven éli a közös életet: bajtársiasság, önfeláldozás jellemző rá, ezzel egyidejűleg a maga szociális segélyező meg védelmi tevékenységével valóban megtestesíti a párhuzamos társadalom eszméjét is, hiszen olyan funkciókat is teljesít, amelyeket az államnak kellene ellátnia.

De nemcsak a Jobbik hirdeti meg azt, hogy kis közösségek hálózatát kell megteremteni, hogy a közösségiség életben maradjon az atomjaira hulló fogyasztói társadalom ellenében, hanem Orbán Viktor is kijelenti, hogy

az állam feladat nem más, mint közösségek szervezése. A közösségiség ennek megfelelően egyben a liberális individualizmus ellenfogalma is.

A civil

Azt, ami valaha a holdudvar és a mozgalmi támogatás volt, utóbb inkább civil háttérnek, civil mozgalmi háttérnek nevezték. Idetartoznak a legkülönbébb nem kormányzati szervezetek éppúgy, mint a szimpatizáns értelmiségiek és hírességek, celebritások. Magukat civilnek nevező aktorok jelen vannak a politikai élet egész spektrumában.

A jobboldalnak is vannak civiljei: a Civil Összefogás Fóruma a nevében is tartalmazza a jelzőt, s a szervezet 2009 és 2010 táján önálló aktor szerepet tulajdonít magának. A távolságtartás például abban mutatkozik meg, hogy bár a CÖF a békemerteivel messzemenően a jobboldali kormány miniszterelnökét és politikáját támogatja, maga a miniszterelnök nem vesz részt a menetekben, s legfeljebb az történik, hogy a Békemenet csúcspontja az ettől függetlenül megrendezett március 15-i állami ünnepség, amelyen Orbán Viktor mond beszédet.

A civil múlt és az ebből táplálkozó civil ethosz azonban a leginkább a zöld politikai közösség konstruktumában játszik fontos szerepet, és ennek a közösségnek a pártja tolja az előtérbe a legtöbb közéleti, kulturális hírességet is. A civilség jobbára a politika bevett formáitól való eltérésre utal. Például amennyiben azt állítjuk, hogy lehet más a politika, akkor ehhez formákat, mintákat a bevett politikai életen kívülről méríthetünk, és pedig a civil világból. A civilség ugyanis azonos a hitelességgel, a civilek kívül vannak a politikai élet korrupszáján és romlottságán.

A 2010-től működő kormány ellen szerveződő civil szerveződések osztoznak a zöldek pártellenességében: a rendezvényeiken nagyon sokáig nem engedik a baloldali pártok látható jelenlétét, azt pedig különösen nem, hogy bármelyik pártember beszédet mondjon.

Ezzel párhuzamosan, amikor a demokratikus ellenzék beszél civilségről, annak meghatározó komponense a függetlenség, a pártokkal kapcsolatba nem hozhatóság. Ezért a demokratikus ellenzék civiljei nem is tekintik civileknek, sőt, álcivileknek tekintik a CÖF-öt és a Békemenetet. Ennek megfelelően visszamenőleg az 1991-ben elindított Demokratikus Chartát sem tekintik civil kezdeményezésnek, mivel pártokhoz kötődött. Afelől viszont nincsen kétely, hogy a Soros György, pontosabban a Nyílt Társadalom Alapítvány (OSA) által támogatott NGO-k, civil szervezetek.

A 2010 utáni demokratikus ellenzék támogató értelmiség beleolvad a civilségbe. Ez azt jelenti, hogy távolságot tart a demokratikus ellenzék pártjaitól. Mint a holdudvar kapcsán látható: ez mindig is a része volt a liberális és baloldali értelmiség szerepfelfogásának. Ennek megfelelően az értelmiség a civil rendezvényeken felszólal, a pártosokon nem.

A 2012-ben hazatérő Bajnai Gordon szintén civil szervezeteket gyűjt maga köré, és ezáltal is jelzi civilségét, vagyis a pártpolitikai korlátozottságtól való mentességét, a pártokon felül állását.

Megint a társadalomszemiotikai megközelítés hasznát mutatja az, hogy a civilek annak ellenére besorolhatók a demokratikus ellenzékbe, hogy hosszú ideig tiltják a demokratikus ellenzék pártjainak, egyáltalán minden pártnak a jelenlétét, láthatóságát a rendezvényeiken. Mivel az idetartozó pártok által és a civil szervezetek által alkalmazott szemiotikai erőforrások azonosak, ezért mindnyájan beleszámíthatók a politikai közösségbe.

Aktorkonstrukciók eljárások

Az előzőekben azt mutattam be, milyen fő típusai jöttek létre a vizsgált huszonöt év alatt a politikai aktoroknak. Most azt írom le, hogy milyen fő eljárások hozták létre az aktorokat, vagyis milyen verbális és nem verbális lépések segítségével jöttek létre az aktorok a negyedszázad magyar nyilvánosságában. Ha tehát a fajtákról szóló alfejezet azt mutatta be, milyen aktor készlet állt és áll a rendelkezésére egy-egy politikai erőnek az ön maga megformálásához, akkor most ennek a megformálásnak a mikéntjeit vizsgálom.

A következő fő eljárásokat találtuk a negyedszázad aktorkonstrukciós tevékenységében. Érdekes mindig gondolni arra, hogy nem csak szövegekkel konstruálnak akár ellenséget, akár barátot, akár saját magukat: képek, filmek, hanglejtések, cselekvések és egyéb szemiotikai erőforrások is szerepet játszanak az alábbiakban.

Performativitás

Performativitás alatt azt a konstrukciós eljárást értjük, amikor az aktor a cselekvése által hozza létre önmagát aktornak – végül is az aktor cselekvőt jelent, és azokat a szemiotikai erőforrásokat nevezzük aktoroknak, amelyek cselekvőknek vannak megkonstruálva a politikai kommunikációban. Minden cselekvés egyszerre irányul valamilyen tárgyra, és mutatja fel a cselekvőt olyanak, ami képes a cselekvésre és cselekszik is. Például amikor egy önkormányzat új nevet ad egy közterületnek, akkor a cselekvése nemcsak átkereszteli az adott utcát, hanem ezzel egyidejűleg felmutatja, kinyilvánítja az önkormányzatnak azt a képességét és szándékát, hogy ilyen cselekvések kezdeményezője és megvalósítója legyen potenciálisan és effektíve is.

Minden cselekvés tehát egyszerre performálja, felmutatja a cselekvő létét és azt a meggyőződését, hogy neki joga és szándéka van cselekedni, ugyanakkor ennek a cselekvésnek a segítségével hozza létre és formálja is magát. Mert a cselekvésre születik válasz, sőt, magának a cselekvésnek a folyamán is keletkezik az aktor számára új ismeret saját magáról, és ezek a válaszok és önfelfedezések beépülnek a konstruktumba. Mivel pedig a performatív jelleg minden kommunikációs aktussal kapcsolatban fennáll, ezért minden politikai cselekvés is performatív, mert az adott létező e performansz által mutatja fel saját magát, a létezését, cselekvő jelenlétét a politikában, egyszerűen szólva: azt, hogy számolni kell vele a jövőben. Például amikor Demszky Gábor Medgyessy Pétert európai stílusú politikusnak minősíti, akivel ezért könnyebb lesz kommunikálnia az SZDSZ-nek, akkor nemcsak az történt, hogy Demszky Gábor ezzel konstruálta az SZDSZ-t egyfelől és a nem Medgyessy Péter típusú szocialista politikusokat másfelől, hanem az is, hogy performálta azt, hogy ő olyan, aki európaiságból osztályozhat másokat, következésképpen ő maga európaiságban legalább olyan szinten van, mint mások, ha nem a fölött.

Mármost különösen a korai években a performatív tettekre minden politikai csoportnak szüksége van. Az MSZP-nek azért, mert éppen az ő elődpártjának a rendszere dőlt össze, tehát sokak számára esetleg nem nyilvánvaló, hogy ő neki van-e egyáltalán joga és alapja a létezéshez és azon belül a cselekvő létezéshez, különösen mivel van olyan volt szocialista ország, ahol nincsen. Ezért performálnia kell magát, tehát azt, hogy létezik, és pedig politikai erőként létezik, legitim politikai erőként, rendszerváltó pártként stb. Az új szereplőknek, pártoknak szintén performálniuk kell magukat, mert szűk értelmiségi és egyéb csoportokból jöttek létre, ezért fel kell mutatniuk a politikai létezésüket, vagyis azt, hogy jelen vannak és lesznek a közösség egészét érintő döntések megvitatásánál és meghozatalakor.

A későbbi években is konstruálják magukat az aktorok performatív módon, és pedig különösen akkor, amikor meggyengül a pozíciójuk. Ilyenkor például nagygyűlések szervezésével vagy más, látványos, a média érdeklődését felkeltő akciókkal teszik ezt. Azt mondhatjuk, hogy idővel a bevett politikai aktorok inkább már csak egy-egy fontosabb új vagy elhalványult attribútumuk, identitáselemük kiemeléséhez veszik igénybe a különféle performatív eszközöket. Ilyenek azok a 2005 őszi szocialista és fideszes kommunikációs offenzívák, amelyeket identitáskampányoknak szokás nevezni. Ekkor a két nagy párt nagyon másnak mutatja magát, mint amilyenek addig a választók megszokhatták, erősen kiemeli az új jellemvonásait, *brand* elemeit és a változásra való képességét és hajlandóságát is, vagyis az új identitását. De – ismételjük – minden ilyen

eszközhasználat mindenkor egyben felmutatja magát a cselekvőt is mindenki számára, és persze jelesül olyanok számára, akik éppen ezek által vesznek észre az aktor létezését.

Reflektálatlan figyelem

Ha a fentiek szerint a performativitás nem más, mint szándékolt cselekvésség a szereplő részéről, hogy ezáltal mutassa fel és hozza létre a politikai létezését, akkor a reflektálatlan figyelem azoknak az eljárásoknak az egyike, amelyek a befogadó, a közönség oldaláról konstruálják az aktort. Közönség alatt azokat értjük, akik beszámolnak az aktorról, legyenek akár politikusok, akár médiumok, akár a közösségi médiában megnyilvánuló állampolgárok.

Első hallásra ez aligha eljárás, hiszen akire jellemző, tehát a befogadó, az alig tesz valamit, még csak nem is reflektál. Valójában paradox módon a reflexió hiánya a legintenzívebb konstrukciós eljárásra utal, mégpedig azért, mert eszerint a nem reflektálónak nincsen szüksége arra, hogy reflektáljon az aktor aktor minőségére, hanem mintegy magától értetődőnek tekinti azt, hogy az adott személy vagy szervezet politikai aktor. Figyeli a cselekvéseit, a megszólalásait, és azokat a legtermészetesebb módon a politika és a politikai kommunikáció részének fogja fel.²

A reflektálatlan figyelem tehát az az aktorkonstrukciós eljárás, amikor nem magáról az aktorról esik szó, hanem a tetteiről. Bármit tesz az aktor, azt tudomásul veszik és politikainak tekintik. Magától értetődően valamelyik politikai közösség érdekeit, esetleg a legtágabb politikai közösség érdekeit szolgálja, ezt nem látják szükségesnek külön igazolni. Az aktor tehát folyamatosan jelen van a nyilvánosságban, legalább a saját politikai közösségének a nyilvánosságában, folyamatosan odafigyelnek rá, bármit tegyen is. Reflexió hiányában is része a politikai közösségnek. Annyira az, hogy ezt a hovatartozást nem szükséges sem kimondani, sem megmagyarázni. Amennyiben reflektálnának rá, akkor az objektummá változtatná az aktort, aki vagy ami ezáltal az egyes összetevőit illetően mérlegelés és vita tárgyává válnék, tehát akár könnyűnek is találtathatnék.

Orbán Viktor ilyesfajta jobboldali konstruálása nem működhet az első korszakban, hiszen akkor külön meg kell magyarázni egyrészt a távolságát a liberálisoktól, másrészt és később a közelségét a jobbközéphez. Az első kormányzása, majd különösen a 2002-es választási kampány két fordulója között mutatott teljesítménye és annak táborbeli fogadtatása sokakat késztet arra, hogy megkonstruálják a politikai közösséget összefogó politikai aktort, ezért magáról a politikusról is sok szó esik a jobboldali nyilvánosságban. 2006 tavaszán, a vereséget követően sűrűn elemzik a verséghez vezető tulajdonságait, és latolgatják a személyének alkalmasságát egy jövőbeli választás megnyerésére. Az év őszétől viszont a saját közösségében már nem reflektálnak a személyére, mondván: az őszi beszéd visszaállította egyértelmű vezető szerepét. Ettől kezdve csak azt értelmezik, amit tesz vagy mond. Amit pedig tesz vagy mond, az nem lehet és nincsen is kívül a politikai közösségen, nem késztet a személyes aktor minőségének a vizsgálatára.

Hasonlóképpen példa a reflektálatlan figyelem eljárására az, ahogyan a baloldalon Gyurcsány Ferenc konstruálódik meg sokak számára. Kezdetben, tehát a feltűnését közvetlenül követően még sok szó esik a személyről, például arról, hogy milliárdosként hogyan lehet szocialista és baloldali, de lassanként, főleg 2005-től a 2006-os választások utáni néhány hétig, az elfogadottságának az egészlegessége abban is megmutatkozik, hogy reflektálatlan figyelem veszi körül. Új baloldalt hoz létre, ez meg is nyeri a választásokat, és már csak ezért sincs értelme értékelni a személyt, elég, ha figyelemmel kísérjük a tetteit. Jól jelzi ezt a konstrukciós eljárást az, ami 2006. szeptember 17. után történik vele kapcsolatban: ekkortól nagyon sokan kezdenek el a

² Szokás ezt a jelenségekört újabban figyelemgazdaságnak és figyelempolitikának nevezni, vagyis felértékelni azt a pusztán tény, hogy valakik odafigyelnek valamire vagy valakire, nem baj, hogy nem tesznek azonnal semmi mást, mert utóbb a figyelemből mégis kinőhet valamilyen vásárlási vagy szavazási, esetleg egyéb cselekvés.

baloldalon is a személyével foglalkozni, nem pusztán az őszödi beszéd tartalmával, vagy az addigi kormányzása értékelésével. Mivel itt erős reflexiók indulnak el, ez lehetőséget nyit arra, hogy a politikus rosszul jöjjön ki a mérlegelésből, és sokan ábránduljanak ki belőle. Ettől kezdve egészen a negyedszázad végéig, és alighanem azt követően is, a Gyurcsány Ferenc nevű konstruktum a személyében fontos, és kevésbé abban, hogy mit tesz vagy mond éppen.

A mechanizmus működésének a fordítottja az, amit az ellentábor általában is hajlamos tenni: az ellenfelek a tettek helyett a személyre összpontosítanak, a cselekvésből rövid úton vonnak le következtetést a cselekvőnek a politikai aktor voltára és persze a pártállására nézve is. Például Surányi György, a Magyar Nemzeti Bank elnöke 1991-ben aláírja a Demokratikus Chartát. Az aláírás a jobboldali politikai közösségben azonnal úgy jelenik meg, hogy a bankelnök politikai szereplővé vált, holott a posztjánál fogva kívül kellene maradnia a pártpolitikán. Surányi cselekedete tehát aktorrá konstruálta őt, s ez az aktor státus a jobboldal számára csak a pártpolitikai térben volt értelmezhető, vagyis a bankelnököt politikusnak, éspedig ellenzékinek tekintették.

Az ellentábor kommunikációjában tendencia van arra, hogy az aktor tetteit már annál fogva is károsaknak minősítsék, mert az adott aktorhoz kapcsolódnak, s így a tett és a személy káros volta egymást erősíti. Erre szokás úgy reflektálni az aktor saját táborában, hogy az ellenfelek nem hajlandók mérlegelni a tetteket, az intézkedések hasznosságát, hanem a pusztá ellenfél, ellenzék mivoltuk határozza meg, hogy mit gondoljanak és nyilatkozzanak arról, ami a mi oldalunkon történik. És hogy az egész mögött végső soron vagy közvetlenül a mi vezető politikusunk iránt érzett gyűlölet, például az Orbán-fóbia és a Gyurcsány-fóbia lappang, nem más.

Míg a többi eljárás esetében a világ, a dolgok valamilyen leírása az, ami az eljárás középpontjában van, addig itt a pusztá felmutatás a nyilvánosság szereplői által, illetve a pusztá cselekvés a szereplő által elegendő ahhoz, hogy felmutassa az aktornak az aktor voltát. Természetesen a többi eljárás esetében is sokszor keveredik a cselekvés a verbalitással, de a reflektálatlan olyan, amiben egyáltalán nincsen verbalitás, nem merül fel az aktor fontosságának a verbális igazolása, éspedig sem a szereplő részéről, sem pedig az őt, a cselekvéseit felmutatók részéről.

Szereplések

Az aktor az által is konstruálódik, hogy szerepel valamilyen közegben, feltűnik valamilyen specifikus, politikai jelentéssel gazdagon felruházott helyszínen. Ez különösen akkor konstruál, ha a közeg meglepő, eltér az aktor korábbi bevett cselekvési helyszíneitől.

Ezek egyik példája a médiaszereplés. Ahogyan a média pártpolitikailag mindinkább megosztottá, polarizálttá válik, úgy minősül egyre árulkodóbbá az, ha valaki interjút ad vagy cikket ír egy adott médiumban. Például 1993 táján gyanakvást kelt az, hogy Orbán Viktor és Kövér László megjelenik a köztudomásúan jobboldali *Pesti Hírlapban* és *Új Magyarországnak*, vagy később éles kritikák érik a jobboldali miniszterelnököt azért, mert beszélget a *Vasárnapi Újság* című közmédia műsor riportérével.

A médiumok aktorminőségét, hovatartozását is befolyásolja a szerkesztőségi gyakorlatuk: kivel készítenek interjút, milyen a témaválasztásuk, milyen a képi világuk. Például nagy felzúdulást kelt értelmiségi körben és petícióhoz vezet az, amikor a Népszabadság, melyet a baloldal érez a magáénak, a holokauszt egyedülvalóságát tagadó egész oldalas cikket jelentet meg a szélsőjobboldalinak tekintett Lovas István tollából.

1991-től kezdve évekig némelyek azon mérik Pozsgay Imre politikai mozgását, hogy milyen rendezvényeken és kiknek a társaságában szólal fel. És nem marad politikai figyelem nélkül az a határon túli magyarok körében végrehajtott körút sorozat, amelyen Orbán Viktor Für Lajos társaságában vesz részt 1994 végétől kezdve, ugyanis azt olvassák ki belőle, hogy a Fidesz elnöke így akarja felmutatni, performálni a maga jobboldali voltát.

Miközben az aktor konstruálásának főként verbális és ritkábban cselekvéses eszközei vannak, a magyar politikai kommunikáció huszonöt éve alatt testi jelek is bekerültek a fegyvertárba. Ezek jobbára az aktor normalizálódását, tehát a magyar politikai elitben szokásszerű testi szemiotikai erőforrások elsajátítását, a normától eltérő erőforrások elvetését jelentették. Az adott politikus a ruházatával vagy a fejszörzetével, illetve ezek megváltoztatásával némiképp átkonstruálta saját magát vagy azt a politikai közösséget, amellyel azonosítani szokták.

A talán első példa a Fidesz vezető politikusainak a megszabadulása a borostától és a hosszú hajtól. Saját bevallásuk szerint is parlamenti politikusként, vagyis igazi bevett aktorként akartak megjelenni, hogy elképzelhetők legyenek bármilyen politikai szerepben, akár kormányfőiben vagy miniszteriben is. Hasonló a logika abban, hogy Mesterházy Attila 2014-es miniszterelnök-jelöltté válásakor levágja a spanyol szakállát, a verebét követően viszont újra megnöveszti. Kuncze Gábor számos olyan testi jel hordozója, amelyik őt magát és az általa 1993-tól megtestesített SZDSZ-t alkotja meg normalizált, normakövető politikai aktorként: magyaros bajuszt hord, mélyhangú, lassú beszédű és meglehetősen testes, ami az SZDSZ korábbi vezetőire nem jellemző. A testesség normalitása legalábbis bizonyos kor fölötti férfiak esetében további alátámasztásra lel nemcsak a korai, hanem a kései jobbközép politikusaiban: 1990-től kezdve Boross Péter, Für Lajos és Csurka István éppúgy idetartozik, mint 2010 után Orbán Viktor és Németh Szilárd.

A testi jelek segítenek abban is, ha egy politikus ki akar tűnni az átlagból. Fodor Gábor mindig kócos és farmeres, Vágó Gábor jellegzetes bajuszt ápol, Schiffer András nadrágja pedig alighanem ugyanannyira konstrukciós eleme a személyes aktornak, mint ő a pártjának.

Részletes önjellemzés

Az aktorkonstruálás kézenfekvő módszere az önjellemzés, vagyis az, amikor egy politikai szereplő saját magáról beszél vagy ír, és így kísérli meg magát aktorként megteremteni. Az önjellemzés különféle műfajú szövegeket foglal magába a párt statútumoktól a választási programokig, a vitairatoktól a kongresszusi beszédekig, a személyek esetében az interjúktól az önéletrajzokig.

A politika forgandósága okán is fontos feladata az önjellemzőknek az időbeli folytonosságuk, a korai elvi alapvetéshez hű mivoltuk rendszeres leszögezése.

Minden hosszabb életű jelentősebb párt átmegy kisebb-nagyobb identitásváltásokon – ugyanakkor például a Munkáspártnak nincsenek ilyen gondjai, az LMP pedig éppen azzal konstruálja magát, hogy a szakadásig menően kitart eredeti szövetségi politikája mellett, legalábbis 2015-ig. Az MSZP az MSZMP-ből válik demokratikus párttá, sőt, rendszerváltó párttá, majd a nagyvállalkozók pártjává, és rendszeresen meghirdeti a visszatérést a valódi baloldali értékekhez. Az SZDSZ a demokratikus ellenzék leszármazottjaként a szocialisták koalíciós társává lesz, majd az MDF szövetségesevé. Az FKGP ketté is szakad az első koalícióhoz fűződő viszony alapján, utóbb pedig szembefordul a Fidesszel az első Orbán-kormányból kiszorulása nyomán.

A talán legtöbb szélkakas vád a Fideszt és vezetőjét éri, ami egyszerűen a párt fontosságának és hosszú életének a következménye. A Fidesz reflektál is a saját folytonosságára, pontosabban arra, hogy a folytonosság hiányával vádolják. A deklarációk szerint az antikommunizmus képezi a folytonosságot, vagyis az identitása inkább negatív, mint pozitív. Többen a politikai közösség jelesei közül elmondják, hogy azért és akkor váltak el az SZDSZ-től, ahol kezdtek, amikor az feladni látszott az antikommunista alapállását, és érezhető volt, hogy össze fog állni az MSZP-vel. Mások a folytonosságot nemcsak az antikommunizmusban jelölik meg, hanem az alapításkori vállalásaikban is, de hogy ezek mik, azt nem ismételgetik. Az orbáni válasz úgy foglalható össze, hogy a Fidesz sosem volt és nem is lehet a doktriner értelemben elvszerű, mert számukra nem az ideológiák, hanem a magyar emberek érdeke a legfontosabb. Nem restek tehát bármilyen lépésre,

amelyik a magyarok érdekét szolgálja, függetlenül attól, hogy az beleilleszthető-e valamelyik filozófiába. Orbán Viktor már az 1998-as miniszterelnök-jelölti vitán is azért dicséri ellenfelét, mert annak pártja képes volt megszabadulni a kommunista ideológiától, hogy jobban szolgálhassa az emberek érdekét.

A váltások metaforizálására három formula jön létre a szélkakason kívül. Az egyiket még 1990-ben vezeti be Pozsgay Imre, és ez úgy szól, hogy a kígyó is belepusztul, ha nem szabadulhat meg a régi bőréből. Az amúgy legalábbis ambivalens kép első sorban a volt MSZMP-tagok és kommunista szimpatizánsok átalakulási képességét igyekszik alátámasztani. A másik metafora sokkal népszerűbbé válik: ez a damaszkuszi út. A használatban azt jelenti, hogy mindenki végigmehet egy olyan úton, amelyen egyszer csak ráébred a nézetei tarthatatlanságára, és hirtelen magához öleli az új idők eszméit. A hirtelen váltásokkal szemben létrejön még a lassú átfejlődés metaforája is. Ezt a legrészletesebben Horn Gyula dolgozza ki a saját önéletírásában, a *Cölöpök* című könyvben. Itt nem egy egyszeri megvilágosodás vagy a régi keretek közül történő életmentő kibúvás a változás módja, hanem inkább felismerések hosszú sorozata.

Az aktorok közé tartoznak a politikai közösség egyszerű tagjai is, az ő konstruktumukra is találunk példákat. A Jobbik is fontosnak tartja ezt, de már a MIÉP is dolgozott ezen akkor, amikor portrészorozatot közölt a MIÉP-esekről, amely által körülírta a politikai közösséghez tartozó emberek prototípusát, prototípusait. Nem Csúrka István volt a prototípus, mint ahogy a Jobbik esetében sem Vona Gábor, talán azért nem, mert az emlékeztetett volna Orbán Viktor és Gyurcsány Ferenc mintájára. A párt lapja, a *Magyar Fórum* hosszú sorozatot közölt a MIÉP-esekről, az életútjukról, aktivitásukról a lokális kisközösségekben, a konfliktusaikról a rendszerekkel. A nagyobb pártoknál ez kevésbé hangsúlyozott, de persze a támogatóik köre is szélesebb, tehát változatosabb, ugyanakkor például a *Demokrata* című jobboldali hetilap számainak végén közölt portrék betölthettek ilyen funkciót.

Lokalizálás

A lokalizálás az a kommunikációs gesztus, amikor egy mindenki által elfogadott vagy általunk éppen felvázolt politikai térben helyezük el magunkat és a többi aktort. Általában egyszerre történik az önelhelyezés és a többiek lokalizálása, holott ez nem lenne szükségszerű, de a magyar szóhasználatban a politikai tér nem üres doboz, amelyben az aktorok a maguk tetszése szerint helyezkednek el, hanem a benne szereplők közötti viszonyok tere, ahol tehát egy párt helyzete önmagában nem, hanem legalább egy-két további párthoz képest értelmezhető csak.

Kezdetben még inkább üres doboz volt a magyar politikai tér: 1990-ben Antall József azon az alapon helyezte el a maga pártját és javasolt önlokalizálást például az SZDSZ-nek, hogy mintául vette a nyugati, első-sorban a német politikai teret, és annak igyekezett megfeleltetni a magyar politikai erőket. A politikai tér tehát üres helyek predeterminált halmaza volt, és minden egyes magyar pártnak el kellett döntenie, hogy az üres helyek melyikét akarja elfoglalni.

Az antalli ajánlat nem részesült egységesen kedvező fogadtatásban. Fennállt az a nehézség, hogy a jobboldal a Horthy-rendszerrel asszociálódott, a baloldal meg a Kádár-rendszerrel, így tulajdonképpen senki nem lehetett jó szívvel sem jobboldali, sem baloldali. Hasonlított ez a párt megnevezéstől való tartózkodáshoz. Ráadásul néhány vezető politikus, például Orbán Viktor, ezekben a besorolásokban a praktikus és pragmatikus kormányzás és politizálás mesterséges akadályát látta. Ha én jobboldali vagyok, akkor kötelességem alkalmazkodni ahhoz, ami jobboldaliságként elő van írva? Vagy ahhoz, amit a nyugati jobboldaliak tettek és tesznek? Úgy is mondhatnánk, hogy nem akarták, hogy az aktor úgy legyen megkonstruálva, hogy a konstruktum szűkítse a mozgásteret.

Mégis, a pártok többé-kevésbé elfogadták ezt a felfogást, és kitöltötték a teret. Ezen az módon, a jobboldal – baloldal tengely mentén konstruálták meg magukat és egymást továbbá a választópolgárokat is, és lettek a huszonöt év során végig jobboldali, baloldali, szélsőjobboldali, jobbközép, balközép és általában vett közép

erők és pártok – a szélsőbaloldal helyét nem töltötték be, mert a *Munkáspárt* nem játszott annyira fontos szerepet, hogy kijelöljenek a számára egy helyet a térben, ő maga pedig nem definiálta magát szélsőségeként.

Később a lokalizálás viszonylagossá vált. Minden nagyobb politikai erő középre húzónak, középen levőnek deklarálta magát, ami által mindenki mást szélsőségesnek, de legalábbis nem eléggé nyitottnak nyilváníthatott expliciten vagy impliciten. Például 2006 elején az MDF jobbközépnek nevezte magát szemben a Fidesszel, amelyik kizárólag jobboldalinak minősült.

Minél nagyobb támogatottságú volt egy párt, annál centrálisabbnak tekintették mások és tekintette ő maga is a helyzetét. Például a második ciklus alatt az MSZP minősült centrális pártnak, tudniillik abban az értelemben, hogy mivel több, mint a felével rendelkezett a parlamenti helyeknek, ezért mindenki másnak elsősorban a hozzá fűződő viszonyát kellett tisztáznia a mindennapos politikai életben és a stratégiában.

A lokalizálás eljárása lehetővé tette azt is, hogy a vadonatúj erők mindig középen levőnek konstruálják meg magukat. Így akár a 2002-es Centrum Párt és Új Baloldal, akár Medgyessy Péter és kormánya, akár a 2009 táján fellépő LMP, akár a 2012-es Együtt mindig középpártnak vagy új politikai középnek nevezte magát. A közép ugyanis, ahogyan a típusoknál láttuk, közvetít, tehát nyitott mindenféle irányban.

A lokalizálás centralizáló hajlama 2010-zel jutott a csúcsra, azzal ugyanis, hogy a Fidesz a magyar politikai teret centrális erőternek nyilvánítottak, amelyen belül maga képezte a centrumot. Ez a centrum abban tért el a korábbi centralizálási gesztusoktól, hogy a legfontosabbnak tekintett nemzeti ügyek vonatkozásában deklaráltan megszűnt viszonyulni a többi politikai erőhöz. Ilyen formán a nagy kormánypárt a diskurzus szintjén felszámolta a politikai teret, mint nagyjából egyenlő súlyú politikai erők viszonyrendszerét. A Jobbik néppártosodása már ennek az új helyzetnek és felfogásnak a jegyében ment végbe, ugyanakkor a 2010 utáni demokratikus ellenzékhez tartozó erők igyekeztek fenntartani a jobboldal – baloldal felosztást, vagy ha mégsem, akkor azt a demokratikus – antidemokratikus felosztással, tehát tulajdonképpen a demokratikus centrum – antidemokratikus szélsőség osztályozással helyettesíteni.

Ideológiai címkézés

Nem függetlenül a politikai térben való elhelyezéstől, a politikai erők és az állampolgárok is alkalmazták a különféle ideológiai címkéket saját magukra és egymásra. Itt is a nyugati és a múltbeli minták szolgáltak segítségül: konzervatív – liberális – szocialista – szociáldemokrata – zöld stb., amelyek nagyjából fedésbe voltak hozhatók a politikai térben rendelkezésre álló helyekkel.

Ezekkel a címkékkel is sokat kísérleteznek az aktorok. Például az MDF az 1994-es vereséget követően döntött úgy, hogy immár kifejezetten konzervatív lesz, vagyis nem erőlteti tovább a három irányt, mely a népiséget és a kereszténydemokráciát is magába foglalta. A Fidesznek is van egy konzervatív időszaka: 2002-t követően Láncki András még ír is egy ilyen kiáltványt a politikai közösség eligazítása végett, de a párt mind a szóhasználatában, majd leginkább a nevében a polgárit tartja fenn. Az MSZP tartósan lecövekel a szocialista és a szociáldemokrata címkék mellett, de különféle egyéb platformjai is vannak. Az SZDSZ kezdetben hezitál, hogy csak liberális legyen, vagy inkább szociálliberális, de végül ő lesz a Magyar Liberális Párt.

Mivel a fentiek számítanak szalonképes címkéknek, ezért olyanok is ezek közül választanak, amely szervezeteket a többiek egészen más, például populista, vagy fasiszta, neonáci stb. jelzőkkel illetnek. A Jobbik elsősorban nemzetinek és radikálisnak tekinti ugyan magát, de használja a tiszteletreméltó konzervatív címkét is. A Fidesz pedig nemcsak a polgári minősítéssel hoz újat 1996 táján, hanem az illiberálissal is 2014-ben, mert azt egészen addig senki sem alkalmazza sem önmagára, sem másokra.

Negatív meghatározás

Minden meghatározás elválasztja a meghatározottat a többiektől, ilyen módon negatív is, ugyanakkor a politikában külön eljárás irányul a másokkal szembeni, a másoktól elkülönítő önmeghatározásra és meghatározásra. És itt nemcsak azokra az esetekre érdemes gondolni, hogy valahányszor egy politikai erő a másikat sodródónak, kormányzásra képtelennek, felkészületlennek vagy túl fiatalnak mondja, akkor ezzel saját magáról ezzel éppen ellentétes képet próbál festeni, hanem azokra, amikor a szokásosnál szélesebb körnek az összetételét szolgálja a negatív meghatározás.

Úgy találtuk, hogy a negatív meghatározásnak legalább két szintje alakult ki: az aktor a többiek összességétől különbözteti meg magát, avagy az egyes aktoroktól külön-külön, egyenként. Például a 2010 utáni demokratikus ellenzék a neve révén nemcsak a kormánypártokkal szemben határozza meg magát, és így ellenzéki, hanem – a demokratikus jelzőnek a nevébe foglalásával – a Jobbikkal szemben is. Korai példa a paktumpártok minősítés, mellyel az 1990-es baloldal konstruálja meg azonos körbe tartozóként az MDF-et és az SZDSZ-t, mivel megkötötték az Antall–Tölgyessy paktumot, amivel a parlament háta mögött eldöntöttek egy sor közjogi kérdést. Ilyen módon velük szemben az MSZP bízást mondhatta magát valódi ellenzéki pártnak, szemben az SZDSZ-szel.

Ráadásul a megkülönböztető jegy lehet negatív és lehet semleges. A negatív jegy az, amellyel kapcsolatban az aktor deklarálja, hogy ő ebben a vonatkozásban nem olyan, mint a többiek, míg a semleges olyan, amellyel arra céloz, hogy ő ebben újat hoz a többiekhez képest, de nem marasztalja el őket sem összességükben, sem egyenként. A semleges jegyre példa a zöld jelleg, amelyet nem okvetlenül a többiekkel szemben nyilvánítanak ki, hanem mint olyan attribútumot, amely természetes módon biztosít helyet az LMP számára a politikában, mert nagy szükség van a modern közéletben egy környezettudatos erőre. A negatívra és egyenkéntre is szolgáltat példát az LMP, éspedig akkor, amikor azt állítja, hogy ő is liberális, de nem úgy, mint az SZDSZ, ő is konzervatív, de nem úgy, mint a Fidesz.

Az összetételő negatív meghatározás eljárásának a legtisztább és legfontosabb esete az, amikor a 2010 utáni demokratikus ellenzék a leginkább Orbán Viktorral és rendszerével szemben határozza meg magát és bárki mást a politikai tájban: aki ellene van a Nemzeti Együttműködés Rendszerének, az valódi ellenzéki, aki nem, az nem, de nem elegendő az erről szóló deklaráció, hanem vállalni is kell a választási együttműködésből adódó teendőket, a demokratikus pártok gyakorlati összefogását. Folyamatosan felmerül ugyanakkor, hogy az ilyen egy táborba terelésnek az lehet a következménye, hogy a választó az egymással összefogók között nem fog tudni különbséget tenni, avagy ellenkezőleg: túlságosan is fontosak számára a különbségek ahhoz, hogy a közös platformra szavazzon. Így vagy úgy, de a pártok egyenként vagy összességében elveszítik identitásukat, mert csak a szembenállás marad, tehát az aktor konstruálásnak szánt gesztus az ellenkező hatást éri el: vagy az összefogás nem lesz önálló aktor, vagy az azt alkotó egyes szervezetek.

A Fidesz identitásképzésénél már esett szó az antikommunizmusról és az illiberálisról, s ez megint negatív és csak negatív öndefiníció, még akkor is, ha a kommunisták és a liberálisok köre alkalmasan változik az időben, ahogyan ezt az elsővel kapcsolatban Orbán Viktor ki is mondja a 2014-es választási kampány folyamán.

A negatív meghatározás a személyes aktorok szintjén is jelen van. 1998 után minden egyes vezető szocialista politikus jellemzője lesz az, hogy miben és mennyiben nem olyan, mint Orbán Viktor. Például meglehet, hogy Kovács László szürke, meglehet, hogy nem karizmatikus, de ez Orbán Viktorral szemben előny. Hasonló lesz majd Bajnai Gordon konstruktuma is. Kovács László csapatjátékos, diplomatikus stb., csupa olyan, amilyen Orbán Viktor nem. Integrátor a saját pártján belül, miközben a baloldali diskurzus szerint Orbán Viktor nem integrál, hanem belekényszerít az egyetlen jobboldali táborba.

Ellenfél aktorokat konstruáló eljárások

A negatív meghatározás, mint eljárás előzőekben tárgyalt értelme világos: egy füst alatt meghatározzuk önmagunkat és az ellenfelet. Ehhez persze arra is szükség van, hogy az ellenfélnek folyvást felmutassuk a kontrasztba állítható tulajdonságát. Ha a magunk demokratikus voltát azzal akarjuk alátámasztani, hogy az ellenfélről az ő antidemokratikus jellegét ismételgetjük, akkor rendszeresen találnunk kell olyan tetteket az ellenoldalon, amelyek antidemokratikusnak minősíthetők.

Ez az ellenfél konstruálás³ két fő fajtája közül az egyik alá, a politikai kritika alá esik, a másik fajta a jellem-támadás – az utóbbit az amerikai eredeti tükörfordítása nyomán karaktergyilkosságnak (*character assassination*) szokás nevezni a közbeszédben. A megkülönböztetés csak akkor eligazító, ha számba vesszük, hogy mit értenek az egyes megszólalók és az egyes politikai közösségek politika alatt. Például a baloldal számára hosszú ideig nem természetes része a politikának az, ha valaki hatalmat szeretne szerezni, ezért a hatalomvágyat nem a politizálás részének, hanem jellemhibának tekintik. Ilyen formán a kutató számára a baloldal által valakivel szemben megfogalmazott hataloméhség vád jellem-támadásnak minősül, mert a megfogalmazó közösség nem politikai, hanem jellemhibát vet föl.

Mindkét eljárás csoport politikai indíttatású, ugyanakkor különböznek egymástól abban, hogy a politikai kritika az aktorból a politikai összetevőit támadva konstruál ellenfelet, és ezért célpontja lehet szervezet is, nemcsak személy, a karaktergyilkosság viszont személyt morális alapon támadva konstruál ellenfél aktort. Elvileg szervezetet is lehet morális alapon támadni, például nevezhetünk egy pártot is hűtlennek vagy becsületlennek, de ez viszonylag ritka, és inkább abba a tendenciába illeszkedik, amelyik a szervezetek emberi jellemvonásokkal való felruházását foglalja magába, és *branding*nek szokták hívni. A jellem-támadás szinte kizárólag személyre, emberre irányul, és pedig ilyenkor a politikai tevékenysége, a szervezete vagy az általa képviselt ügy helyett támadják az egyént, mégpedig bizonyos negatív vonásokat tulajdonítva neki.

A politikai kritika túlnyomó része szakpolitikai bírálatokban ölt testet, ezért itt nem foglalkozunk velük, mert vagy ügyekre, vagy metaforákra és diskurzusokra irányulnak, tehát más fejezetek tárgyai. Fontosabbak a számunkra az egészes bírálatok, pontosabban az a hajlam, hogy az ellenfél minősítése az egész politikai közösségre mutakozzék érvényesnek.

Akár szakpolitikai döntésekkel van gondja a bírálónak, akár mással, a kritikát jobbára belehelyezi az ellenfélről szóló általános, egészes kritika kontextusába. Például azt hangoztatja, hogy az ellenfél azért hoz ilyen vagy olyan adópolitikai, oktatáspolitikai, egészségpolitikai döntéseket, mert valós és átfogó célja a magyar népesség helyett a multinacionálisok támogatása, a magyarok elbutítása, hogy ne ismerjék fel a kormányzás súlyos bűneit és következményeit, illetve hosszú távon azt szeretné, ha a kormányhoz közelálló magánegészségügybe vándorolnának át a közellátásban csálódott betegek. Összességében: az ellenfél a magyar lakosság ellensége, és ez mutatkozik meg minden intézkedésében, tehát bármit tesz, az nem szolgálhat jó ügyet, mert az alapállás káros, ezért abból nem fakadhatnak pozitívan értékelhető kezdeményezések.

Nem, illetve nemcsak az egyes tetteiket utasítják el, hanem az ellenoldali politikai közösség egészét. Vannak ugyan néha pozitív gesztusok is a másik tábor szavazói felé őket átszalogatandó, de túlnyomónak mondható az, hogy az ellenfelet támogató állampolgárokat megtévesztetteknek, butáknak, elvakultaknak, tájékozatlannak, rajongónak stb. minősítik, és ezzel egyben úgy konstruálják meg őket, mint akikhez a saját politikai közösségnek nem is lehet köze, hiszen a saját közösség tagjai helyesen látják a dolgokat, okosak, racionálisan gondolkodnak, tájékozottak és nem elvakultak. Aki nem akarja magát olyannak látni, mint amilyennek a másik tábor be van állítva, az ábránduljon ki abból, és aki hozzánk tartozik, annak eszébe se jusson átállni. Meg persze: lehet, hogy ők erősebbek politikailag, hiszen például vezetnek a közvélemény-kutatások szerint, győztek a választásokon, de mi minden másban jobbak vagyunk: kultúrában, morálban, tisztánlátásban, európaiságban, demokratizmusban.

³ A tipizáló alfejezetben esik szó az ellenfél változatairól. Az ehelyütt írottak bármelyik fajtára értelmezhetők.

Személyre is lehet politikai kritikát irányítani, és akkor nem különbözik a kormánybírálattól vagy egy párt elítélésétől. Idővel megsokasodnak viszont azok a konstrukciós eljárások, amelyek a jellemtámadás alá sorolhatók. A fejezet elején vázolt perszonalizációs tendencia részben éppen abból olvasható ki, hogy egyre több jellemtámadás folyik politikusok ellen, mert láthatóan a szereplők hatékonynak vélik az eszközt. Akkor van ugyanis haszna ilyeneket indítani, amikor széles körben elterjedt a nézet, hogy az ellenoldali politikai közösségekben nem intézményektől és demokratikus eljárásoktól függenek a döntések, hanem egyes személyektől, vagy akkor, amikor olyanok számára akarják megkonstruálni az ellenfelet aktorként, akik jobban értik a hétköznapi morált, mint a politikai eszméket és az intézményi logikákat. Amennyiben teljesülnek a feltételek, akkor a jellemtámadás kettős célt ér el: leértékeli a személyt is és a politikai közösséget is, hiszen milyen az a közösség, ahol eltűnnek ilyeneket, ahol tehát egy ilyen ember vezető tisztségbe kerülhet.

Hosszú ideig visszatérő jellemtámadás az ügynökvád, tudniillik az, hogy a megcélzott politikus 1990 előtt besúgója volt a rendszernek. A vád nem az esetleges politikai folytonosságot emeli ki, hanem és sokkal inkább a morális integritás hiányát. 2002 nyara nagyon intenzív, ugyanis ekkor lepleződik le a miniszterelnök D-209-es szigorúan titkos tisztként, parlamenti vizsgáló bizottságok alakulnak, s egymás után kerülnek gyanúba baloldali és jobboldali személyek.

Különösen élesek az ilyen vádak az SZDSZ vezető politikusaival szemben, akiknek az aktor konstruktumában a valahai demokratikus ellenzékez tartozás, a rendszerellenzékeség rendkívül fontos elem. A Csurka István vezette radikálisok járnak élen ebben: Demszky Gábort többször is meggyanúsítják kádárkori kollaborálással. Göncz Árpádot is vádolják ilyenekkel, és általában a valahai demokratikus ellenzéket azzal, hogy szalonellenzék volt, amelyiknek a léte csak javította a Kádár-rendszer nyugaton kialakult képét, hiszen közülük senkit sem ért komoly atrocitás.

Se szeri, se száma azoknak az eseteknek, amikor a másik tábor politikusait becstelennek, erkölcstelennek, bűnözőnek, bűnpártolónak, törvényszegőnek nevezik. A szexuális kilengések felemlegetése ritkább, mint más demokratikus országokban, de éri ilyen támadás Deutsch Tamást és Kósa Lajost, valamint Kovács Lászlót. Ennél sűrűbben támadják a politikai közösségek egymást azon az alapon, hogy a másik vezető politikusa ősrült (Orbán Viktor), zsidó (Pető Iván), a felmenői dicstelen szerepet játszottak az úgynevezett ötvenes években (Bauer Tamás), de legalábbis kommunista párttitkárok voltak (Orbán Viktor). A válaszok vegyesek, van, aki perel, van, aki újságcikkben válaszol, van, aki egyáltalán nem reagál, mert nem akarja ezzel is terjeszteni a hamis hírt vagy a befeketítést.

A politikai bírálat és a jellemtámadás legalább impliciten összekapcsolódik, de néha expliciten is. Az utóbbinak talán a legkidolgozottabb esete a 2002-ben nagy olvasottságra szert tett könyv, *A Viktor*. Ebben a szerző Orbán Viktor egész politikai működését a gyerekkori elnyomatására, az alulról érkezésből fakadó örök kisebbségi komplexusra vezeti vissza. Az akarnok jellem és túlkompensáló kényszeresség nyilatkozik tehát meg a miniszterelnök tevékenységében. A könyvben megkonstruált Orbán Viktor esetében úgy függ össze a politikai és a jellembeli elem, hogy a politikai siker az erkölcsi megfontolások teljes hiányából fakad.

Párhuzamok általi konstruálás

A párhuzamok általi konstruálás két formája bizonyult a legsűrűbben alkalmazottnak: a külhoni példákra és a történelmi elődökre alapuló összehasonlítás.

A külhoni párhuzamok kétféleképpen jelennek meg. Az egyik fajta a saját konstruálás és valamely külföldi tekintély általi konstruálás párhuzamát hangsúlyozza. Ez általában negatív, de vannak pozitív példái is. Negatív az, amikor egy hazai megszólaló arra hívja fel a figyelmet, hogy a fontos külföldi politikusoknak, de legalább a tekintélyes nyugati sajtónak ugyanúgy nem tetszenek a hazai ellenfele tettei, mint neki magának. Például az Európai Bizottság és jeles nyugati politikusok ugyanúgy elítélik a magyar kormány migrációs politikáját, mint a hazai ellenzék többsége.

Értelemszerűen a pozitív esetben a megszólaló magát vagy szövetségését a harmadik fél értékelésének a segítségével dicséri meg. Lám, az itthoni ellenfél támad minket, holott pozitív dolgokat hajtunk végre, jó alakulnak a dolgaink, és ezt nem mi mondjuk, hanem a nyugati politikus, a nyugati sajtó, a független kutató-intézet vagy az emberjogi szervezet. Mindkét esetben változatos, hogy mely tekintélyekre történik hivatkozás, s mivel bármilyen megítélés mellett találni idézhető tekintélyeket, ezért a konstrukció elem bármikor felhasználható.

A külhoni párhuzamok másik fajtája a hazai történesekhez hasonló felmutatása külföldön. Itt megint inkább találkozni negatív kifutású párhuzamokkal, mint pozitívokkal. Mégis, ha pozitív példát akarunk mutatni, akkor az a Jobbik 2014-től zajló néppártosodásának a párhuzamba állítása az Európában hasonló folyamatokon átment tekintélyes pártok fejlődésével. Hasonló pozitív párhuzamot von a baloldal Tony Blair és Medgyessy Péter, de főleg a brit miniszterelnök és Gyurcsány Ferenc között.

A külhoni párhuzamok sajátos esete a jobboldallal szemben szokott felhasználásra kerülni. Eszerint az Orbán Viktor vezette kormányok mindig sikertelenek a külpolitikában, a jobboldali külpolitika következtében az ország elszigetelődik a fontos nemzetközi döntési folyamatokban. Ez az elszigetelődés pedig legalább implicit jelzi, hogy a jobboldal nem úgy kormányoz, ahogyan Európában, illetve a fontos szövetségeseknél, a nyugati világban szokás, és ezt a külhoni partnerek érzékeltetik is.

A másik fő párhuzamvonás történeti példákkal dolgozik. A jellemtámadás egyik szokásos eljárása az apák, a felmenők bűneiből vonni le következtetést a jelenbeli politikusok milyenségére nézve. Antall József az által is minősülhetett a bírálatokban a Horthy-rendszer restaurálására törekvőnek, hogy magas állású köztisztviselő apját emlegették, és nem az anyai ág zsidó hátterét. A miniszterelnök tehát a történeti folytonosság megteremtője.

Az MSZP sokáig még a saját politikai közösségében is rendszeresen szembesül azzal a kritikával, hogy az ügyeket továbbra is úgy intézi, mint az MSZMP tette 1990 előtt. Ráadásul bár a fiatal, tehát az ötvenhatos bűnökben, sőt tulajdonképpen a Kádár-rendszer túlnyomórésztének bűneiben ártatlan új vezetés miatt 2004-től egy időre a háttérbe szorul a történeti párhuzam, 2010 után újraéled, de most már nemcsak a kádári időkre, hanem és főképpen a kudarcos Medgyessy–Gyurcsány kormányzásra alapozva is. Nincsen konszenzus még a baloldalon sem: Bajnai Gordon csak a 2009 közepéig tartó kormányzást vetné el. Gyurcsány Ferenc ragaszkodik még az őszödi beszédhez is, Medgyessy Péter pedig ismételteti, hogy nem ő alatta, hanem az utódja alatt romlott el a kormányzás. Mivel pedig ráadásul ők és a XXI. századi pártok többsége közös listát indít 2014-ben Gyurcsány Ferencsel és Bajnai Gordonnal, ezért végképp nem alakul ki egyértelmű viszony a múlttal szemben, és nem derül ki, mely történeti párhuzamok vállalhatók, és mely előzmények vetendők el.

A történeti diktátorok gyakran szolgálnak értelmezési segítségként Orbán Viktor diktátorinak tekintett működésével kapcsolatban. Vonnak párhuzamot közte és Mussolini, Hitler, Sztálin, Kim Dzsongun és Rákosi Mátyás között. Máskor maffiafőnökként ábrázolják képileg a húszas-harmincas évek viseletébe öltöztetve őt és politikus társait. Akár diktátor, akár bűnszervezet vezetője, az asszociatív mezőhöz szorosan kötődik az erőszak is. 2002-ben a jobbközép másik vezető politikusának, Kövér Lászlónak és egyik ismert szerzőjének, Schmidt Máriának a kötetet és oldalfegyvert említő szövegeit helyezik részben az erőszakos hatalomgyakorlás, részben az erőszakra amúgy is hajlamos szélsőjobboldallal való kokettálás kontextusába. 2006 őszén pedig a baloldali narratíva szerint a Fidesz és Orbán Viktor bujtogatta erőszakra és zavargásokra a tüntetőket, vagyis az erőszak természetes része Orbán Viktor és a jobboldal arzenáljának.

Az erőszakosság és a brutalitás megjelenik a baloldaltól keletkező leírásokban is, és pedig elsősorban a 2006 őszi rendőri fellépések brutalitása okán. Ettől kezdve a jobboldal Gyurcsány Ferencről szóló leírásaiban, sőt, sokszor a neve pusztán említésekor is mintegy eposzi jelzőként megjelenik a szemkilövető és a hazug. Ez az eljárás mindig emlékezteti az olvasót, vagyis főként a saját politikai közösség tagjait arra, amit a politikus a miniszterelnöki időszakában tett, és így az aktor ebben az egyetlen szerepben percipiálható, vagyis sosem

mosható le róla az, amit tett. Mint amikor felsorolják az uralkodó címeit, amelyek egyszer s mindenkorra meghatározzák a státusát.

További történeti párhuzam a 2010 utáni ellenzék egy részének névválasztása, a demokratikus ellenzék. A megnevezés visszautal a 90 előtti időkre, márpedig az idetartozó politikusok gyakran vonnak párhuzamot a NER és a Kádár-rendszer között.

Minél inkább jobb felé haladunk a politikai spektrumon, annál gyakoribbak és régebbi múltra utalók a párhuzamok. A legmesszebb valószínűleg a Jobbik jut, amikor ismételten Attila unokáinak nyilvánítja magát és táborát, de Attilával együtt említi Szent Lászlót is. Hasonló az eljárása például a Hatvannégy Vármegye Ifjúsági Mozgalomnak, melynek a neve is a múltra utal, és amelyik szintén köti magát Attila királyhoz, a vérszerződéshez, Rózsa Sándorhoz és a kunhalmokhoz. A jobbközép szintén, bár ritkábban, mint a radikálisok, megy vissza a turulhoz, Emese álmához és Szent Istvánhoz, jóllehet az utóbbi közös metaforája a baloldallal, mivel ők meg az idegenek befogadását ösztökélő intelmeit említik sűrűbben, főként a migrációs válság idején.

Ügyek

Kiss Balázs

Az ügyek leírása, amiképpen a többi dimenzióé is, arra irányul, hogy összefoglalóan ismertessük azokat a szemiotikai erőforrásokat, amelyeket a magyar politikai közösség kialakított és alkalmazott a huszonöt év folyamán, és amelyek közös kommunikációs arzenálként a rendelkezésére álltak és állnak a mindenkori politikusoknak és más politikai szereplőknek. Az ügyek kérdéskörét a következő szerkezetben tárgyalom:

1. Az ügy mibenléte
2. Az ügykészlet változásai
3. Ügygenealógiák
4. Ügyfajták
5. Ügykonstrukciós eljárások

Először röviden meghatározom azt, hogy mi alapján definiáltunk ügyeket. Ezt követően vázolom az ügykészlet huszonöt éves alakulásának a szakaszait. A történeti áttekintés nemcsak az ügyek egész halmazának a módosulásaira tér ki, hanem a tartósan kultivált ügyekre egyenként is, hogy lássuk: hogyan alakultak át az élettartamuk folyamán. A genealógiát az ügyek tipizálása, típusok alá besorolása követi. Végül bemutatom azt is, milyen konstrukciós eljárások teremtették és vették körül az ügyeket.

1. Az ügy mibenléte

Ügy alatt olyan témákat és célokat értünk, amelyek tartósan jelen vannak a nyilvánosságban, visszatérő verbális megnyilvánulások éltetik őket, és gyakran nem diszkurzív cselekvések is a részét képezik a megkonstruálódásuknak. Eligazító lehet, ha jelzem, hogy az ügy angolra *issue*-nak és *cause*-nak is fordítható.

Az *issue* olyan ügyre megfelelő név, amelyik egy-egy rövidebb időszakban játszik fontos szerepet. Ilyen például az MSZP számára az általa 1990 táján javasolt és utóbb népszavazási kérdéssé is változtatott ügy: a köztársasági elnök közvetlen választása, vagy ilyen 2013 első felében a Nemzeti Színház igazgató váltása, melynek nyomán változatos demonstrációsorozat zajlott. Az ügy ilyenkor valóban közel áll az *issue* eredeti jelentéséhez, tudniillik a vitaponthoz, mert a nyilvánosságban a kezdeményezőtől túl mások is intenzíven vitatják a témát, de aztán az elalszik, éspedig vagy azért, mert a végét veti egy döntés, például népszavazás, vagy azért, mert a kezdeményező kihátrál mögüle, és a többiek sem látnak hasznát a napirenden tartásában.

Az ügy akkor emlékeztet *cause*-ra, amikor hosszú távon képezi egy-egy politikai közösség identitásának a részét. Ilyen például a környezetvédelem ügye a zöld közösségben, vagy az emberi jogok kiterjesztésének az ügye a liberálisoknál.

Egy ügy lehet valakik számára *issue*, mások számára *cause*. Ilyen a halálbüntetés témája, mely a nemzeti-polgári centrum számára annak ellenére *issue*, hogy nem 2015 az első alkalom, amikor Orbán Viktor előhozakodik vele, ugyanakkor a radikális politikai közösség identitásának fontos része, tehát náluk *cause*-nak minősíthető.

Az ügyet annyira a magáénak érezheti egy-egy politikai erő, hogy bárki más kezdjen is kommunikálni a témában, az adott közösség mindenképpen megszólal, tesz valami érdemlegest. Ilyen formán az adott közösség az ügy tulajdonosának, *issue owner*-nek tekinthető. Nem egyszer előfordult Magyarországon az is, hogy egy

ügy átvándorolt az egyik politikai közösség készletéből egy másikéba. Ez történt például a bevándorlás megállításának az ügyével, melynek hosszú ideig a radikálisok voltak a gazdái, de 2015 elején a nemzeti-polgári centrum elvette tőlük az ügyet, és nagyon hamar az egyedüli ügybirtokossá vált.

Az aktorok általában kinyilvánítják, hogy milyen ügyeket képviselnek. A dolog érdekessége az, hogyan nyilatkoznak arról, vajon valakiket, avagy valamiket képviselnek. A Fidesz és a baloldal közötti egyik nagy különbség az, hogy az előbbi kifejezetten kinyilvánítja azt, hogy valakiket, tudniillik a magyar embereket képviseli, és ennek rendeli alá azt, hogy mikor milyen ügyet kell éppen felkarolnia a magyarok érdekében, míg a baloldal hajlamos úgy kommunikálni, hogy elsősorban ügyeket képvisel, és ezeken keresztül azokat az állampolgárokat, akiknek azok szintén az ügyeik. Amikor tehát Orbán Viktor, vagy előtte Antall József arról beszél, hogy ők és a pártjuk nem doktriner, akkor ez úgy is érthető, hogy nem valamely ügykonfigurációként operacionalizálható és operacionalizálandó doktrína, filozófia, elv, ideológia előmozdítása a céljuk, hanem az állampolgárok képviselete, az állampolgárok érdekében történő politizálás, és akkor annak a függvényében foglalkoznak az egyik vagy a másik üggyel, hogy azok melyike szolgálja inkább a magyarok érdekeit. A baloldal pártjai ezzel szemben azt sugallják, hogy az európaiság, a modernség, a felvilágosodás vagy a szabadság-egyenlőség-testvériség hármassága megmondja azt, hogy mely ügyeket kell szolgálni, és ha ezek relevanciája és üdvözítő volta még nem világos is az állampolgárok számára, azzá lesz, amennyiben sikerre viszi őket a politizálás, a kormányzás.

Nem véletlen tehát, hogy Orbán Viktor a 2009-es kötcsei beszédben azt mondja, hogy a Fidesz és koalíciós társa a maga természetes módján képvisel ügyeket, és nem, mondjuk, azért, mert azok jobboldali ügyek. És hasonlóképpen nem véletlen, hogy a baloldal az elvszerűséget kéri folyvást számon a jobboldalon, és ragaszkodik a jobboldal – baloldal felosztáshoz, valamint például az MSZP az eredeti baloldalisághoz való visszatéréshez, mert a baloldaliság mindig egyben ügykészlet is, amely vagy a baloldali hagyomány által, vagy a nyugati baloldali innováció által íródik körül, és már csak meg kell valósítani.

2. Az ügykészlet változásai

Nem meglepő, hogy a magyar politikai kommunikációban szereplő ügyek készlete sokat változik a huszonöt év alatt: negyedszázad elég hosszú idő ahhoz, hogy számos új probléma keletkezzék, és ahhoz is, hogy rengeteg célkitűzés haljon el. Az ügyek egy része tartósan jelen van, mások rövid, de intenzív életet élnek. Bizonyos ügyek a politikai paletta nagy részén megtalálhatók, mások csak egy-egy politikai közösségre jellemzők.

Az alábbi táblázat címszavakkal jelzi a készletmozgást, a korábbi kötetünk tartalmazza az egyes ügyleírásokat. A jelen tanulmány további részében nem említek minden ügyet a táblázatból, ugyanakkor említek olyanokat, amelyek nem szerepeltek korábbi kötetünkben, vagy ha szerepeltek is, nem az ügyek között, hanem például az aktorkonstrukciók részeként vagy a diskurzusok leírásánál. Ennek az az oka, hogy néhány ügy csak az egész huszonöt évet áttekintve mutatkozott tartós szemiotikai erőforrásnak, vagy az értékelte fel, hogy kiderült, több politikai közösség is alkalmazta, de egyik sem tulajdonított neki akkora jelentőséget, hogy valamelyik korábbi leírásunkban helyet kapjon.

1. táblázat. A magyar politikai kommunikáció ügyei, 1990–2015

	1990–1997	1997–2006	2006–2015
Jobbközép	<ul style="list-style-type: none"> - A történelmi folytonosság helyreállítása - A határon túl élő magyarok segítése - A médiahelyzet kiegyensúlyozása - Világkiállítás és milicentenárium - Kritika az 1990 előtti rendszerrel szemben - Polgári szövetség, polgári Magyarország - Kárpótlás, erkölcsi helyreállítás - Külpolitika és szuverenitás 	<ul style="list-style-type: none"> - A nemzeti történelem folytonosságának helyreállítása - A magyar nemzet határokon átnyúló egyesítése - Médiaépítés - Olimpia, labdarúgó Európa-bajnokság - Új kultúra - Szakpolitikák: családtámogatás, diákhitel, otthonteremtési támogatás 	<ul style="list-style-type: none"> - Alkotmányozás - A magyar nemzet újraegyesítése - A középosztály és a szegények szövetsége - Unortodox gazdaságpolitika - Munkahelyteremtés és adóreform - Rezsicsökkentés - Családtámogatás, családvédelem - A migráció megállítása
Baloldal	<ul style="list-style-type: none"> - Önvédelem és helytalálás - Külpolitika - Korrupcióellenesség - Szociális kérdések - Gazdaságpolitika - Köztársasági elnök választás - Szakszervezetek - Alkotmányozás - Bokros-csomag 	<ul style="list-style-type: none"> - Külpolitika - Korrupcióellenesség: belül és kívül - A jólét előmozdítása: 1998 - 2003 - Ország fejlesztés és modernizáció: 2004-től 	<ul style="list-style-type: none"> - korrupcióellenesség - egészségügy és oktatás javítása - szociálpolitika - a gazdaságpolitika normálissá tétele - a migráció humánus kezelése - a kivándorlás kedvezőtlen volta
Radikálisok	<ul style="list-style-type: none"> - A határon túl magyarok segítése - Sajtótisztesség - Történelmi igazságszolgáltatás 	<ul style="list-style-type: none"> - A határon túl magyarok megmaradása, segítése - Az euro atlanti integráció elleni küzdelem - A fővárosi politika és a külföldi tulajdon elleni küzdelem - A határrevízió álma - A liberális kultúrpolitika bírálata - Nemzeti tudatosodás - Kereszténység - Médiakritika 	<ul style="list-style-type: none"> - A határon túli magyarok - Kilépés az Európai Unióból - Keleti nyitás - Földvédelem - A cigánybűnözés visszaszorítása - A devizahitelek problémáinak a megoldása, - A bevándorlás megakadályozása - A kivándorlás visszafordítása - Népesedési fordulat
	Liberálisok		Zöldek
	<ul style="list-style-type: none"> - A média függetlensége - Az emberi jogok előmozdítása - Szakpolitikák: belügy, oktatás-művelődés, közlekedés-hírközlés-víz-ügy - Privatizáció előmozdítása - A nagy rendszerek reformja - Adócsökkentés - Demokráciafeltés - Határon túli magyarok segítése - Kisebbségek védelme 	<ul style="list-style-type: none"> - A média - Meleg jogok - Abortusz - Drogpolitika - Bős-Nagymaros: 1998-ig - Gazdaságpolitika és adócsökkentés - Egészségügyi reform - Oktatásügy - A sorkatonaság eltörlése - Romák integrációja - Az egyház és állam viszonya - Környezetvédelem - Metró 	<ul style="list-style-type: none"> - Zöld ügyek: Paks II, Kishantos, TTIP ellen - Földprivatizáció ellen, - Alkotmányozás - Jogállamiság - Korrupcióellenesség - Női egyenjogúság előmozdítása - A cigányellenesség ellen - A szegénység ellen

Az ügyészlet története három korszakra tagolódik, és pedig úgy, hogy az egyes korszakok nem kis mértékben átfedésben vannak egymással. Néhány ügy tartalma és jellege nem változik akár huszonöt éven át sem, mégis van értelme szakaszokat különíteni el, mert időnként új ügytípusok jelennek meg a nyilvánosságban. Röviden összefoglalva azt mondhatjuk, hogy

- a negyedszázad elejét olyan ügyek uralják, melyek inkább jellemzik az elitet, mint a társadalom nagy többségét;
- a következő szakaszban megjelennek azok az ügyek, amelyek valamennyire alkalmazkodnak ahhoz, ahogyan az egyes politikai közösségek tagolják a saját táborukat annak vagy a tartalmi, vagy a kommunikációs szükségletei szerint;
- a harmadik szakaszban pedig mind fontosabbakká válnak azok az ügyek, amelyeknek az életpályája annak a függvényében alakul, amilyen fogadtatásra az állampolgárok körében szert tesznek.

1990–1997: az elit ügyei

A korszak jellemzője, hogy a nyilvánosság olyan ügyekkel telik meg, amelyek az ország egészére, az állampolgárok összességére vonatkoznak, tehát belsőleg nem tagoltak. Ezek az ügyek elvileg minden állampolgár megszólítására alkalmasak, tehát sokkal inkább azt tükrözik, hogy mit gondol az elit, az állampárti és utód-párti, valamint az újonnan létrejött, arról, hogy mik az ország, a nemzet előtt álló legfontosabb átalakítások, mint azt, hogy mi tetszenék az állampolgároknak. Az ügyek az intézményes politikai szereplők elképzeléseiről szólnak, tudniillik arról, hogy ők mit gondolnak saját magukról és mit tekintenek a nemzet, az ország számára elsőrendű teendőnek. Olyan ügyek ezek, melyek jellege azt sugallja, hogy előterjesztőik nyíltan vagy hallgatólagosan azt feltételezik, hogy az állampolgárok is ezeket tartanák fontosnak, ha eléggé tájékozottak és felkészültek lennének azt illetően, milyen az az új rendszer, amibe Magyarország éppen átlép.

Az ügyek egy része tartalmilag erős kritikát foglal magába a 90-ig tartó rendszerrel kapcsolatban. Ezek arra irányulnak, hogy az új berendezkedés tegye jóvá az akkor elkövetett bűnöket, kárpótolja a megraboltakat, a meghurcoltakat és megalázottakat, és a bírálókat által igyekeznek megteremteni a legitimációt az állampárttól örökölt berendezkedés lassúbb vagy gyorsabb, de teljes átalakításához. Az ügyek szinte mindegyike erre a kritikára épül, ennek a kontextusában fogalmaz meg teendőket a jelenre, de a jövőre nézve is.

- Ha az 1990 előtti korszak a gazdaságot, a politikai rendszert, a kultúrát, a bel- és külpolitikát, és összességében az egész berendezkedést tekintve totálisan téves volt, akkor nem igen minősíthető másnak, mint a második világháborúig folytonos magyar történelem megszakadásának. Ezért az egyik legfontosabb ügy a történelmi folytonosság helyreállítása, a történelem újraértelmezése az európaiság jegyében, új alkotmány és új alkotmányos berendezkedés létrehozatala.
- Ha a korábban fennállt tervgazdaság megbukott, akkor minél hamarabb át kell térni a piacgazdaságra.
- Ha a Kádár-rendszer agyonhallgatta a külföldön élő magyarok, a határon túliak létezését és nehéz sorsát, és még egy sor egyéb témát, akkor ezeket most fontos ügyekké kell tenni és cselekvésekkel kell körülvenni.
- Ha 1990 előtt semmibe vették az emberi jogokat, akkor ennek a témáját zászlóra kell tűzni.
- Ha az akkori államvezetés téves külpolitikát folytatott, és az országot rossz katonai szövetséghez és előnytelen nemzetközi gazdasági együttműködéshez kötötte, akkor most radikális külpolitikai váltásra van szükség, olyanra, amelyik visszaszerzi Magyarország szuverenitását és örökre a Nyugathoz köti gazdaságilag, majd katonailag is.

Mivel a korszak ügyei elitközpontúak, tudniillik olyan témákat ölelnek fel, amelyek az elit szerint fontosak, ezért szükségképpen csatlakozik hozzájuk a média ügye, mely a legnagyobb konfliktusokat okozza 1991-től 1994-ig, de a Bokros-csomagot leszámítva végig. A média az a csatorna, amelyen keresztül az elit által kidolgozott ügyek eljuthatnak az állampolgárokhoz, a fontosságuk kommunikálható a választók felé. Ezért létkérdés az, hogy ki uralja a médiát, kinek, melyik politikai közösségnek az érdekét szolgálják az újságírók és a szerkesztők.

1996–2006: célközönségre irányított ügyek

A második korszakban az ügyek szegmentálódni kezdenek, mégpedig két vonatkozásban. Az egyik tartalmi, a másik kommunikációs.

Tartalmi szegmentáció alatt azt értem, amikor egy-egy ügy jól definiálható állampolgári csoportot céloz meg, annak a számára vonzó. Például a jóléti rendszerváltás, Medgyessy Péter 2001–2002-es választási ígérete és ilyenként a baloldalt hosszú időre identifikáló ügy, általában is vonzó lehet a választók szemében, ám a kampány vége felé olyan részígéretekre válik széjjel, amelyek egy-egy állampolgári szegmenst céloznak: így például az ötven százalékos közalkalmazotti béremelés jól körülírható csoportnak, a közalkalmazottaknak szánt vállalás, a tizenharmadik havi nyugdíj az időseknek. Hasonlóképpen a kilencvenes évek közepétől kezdve a polgári Magyarország megteremtésének az ügye tartalmilag azoknak szól, akik azonosulnak a jobb-közép világképével.

A *kommunikációs szegmentáció* az, amikor egy adott ügy általánosan kedvező fogadtatást igyekszik elérni, ahhoz hasonlóan, amilyenek az előző korszak ügyei voltak, és amilyen a mostani ügyek túlnyomó része is, de a kommunikációja alkalmazkodik a célba vett szegmenshez, és így alighanem a jól kommunikálhatóság hatásával lehet már az ügy tartalmára is. Például 2006 elején a modern Magyarországnak, vagyis a gazdaság uniós támogatásból megvalósítandó fejlesztésének az ügye interaktív technikákkal felszerelt kiállítás formájában járja be az országot, hogy mindenki megismerkedhessen a jövőbe mutató tervekkel, és így minden egyes kiszemelt település értesül a vele kapcsolatos pontos elképzelésekről. Nem véletlen, hogy ez a korszak hozza el a kommunikációs arzenálok, a manipulációs technikák választékának óriási méretű bővülését, a politikai erők marketinges professzionalizációját.

Az ügyek tehát elkezdnek szegmentálódni, vagyis a kommunikátorok immár ügyválasztékban gondolkodnak. Ez nem azt jelenti, hogy ne lennének jelen korábban szegmentálásra nem szorulóknak gondolt ügyek, csak éppen lépcsőről lépcsőre kiderül, hogy mind kevesebb az átfogó magyar politikai közösség általánosan közös ügye. Például ha az előző korszakban a határon túli magyarok szisztematikus és kiterjedt segítése mellett nemcsak a jobb-közép és a népi radikálisok, hanem a liberálisok is felsorakoztak, sőt a második ciklus baloldali dominanciájú kormánya is nem utolsó sorban az ő érdekükben köt megállapodásokat a szomszédos országokkal, akkor a második korszakban megváltozik a helyzet. Előbb 2001 legvégén az Orbán–Nastase megállapodás kapcsán, majd még határozottabban 2004 második felében a vonatkozó népszavazást illetően derül ki az, hogy a baloldal immár nem osztozik ebben az ügyben. Ez persze azzal is jár, hogy az ügy elkezdhet radikalizálódni, és 2006-ra eljut annak az explicit vállalásáig, hogy meg kell adni az állampolgárságot a külhoni magyaroknak.

2006–2015: az ügyek popularizálódása

A harmadik szakaszban megjelennek a populáris és popularizált ügyek. Olyan ügyeket látunk, amelyek a szűkebb vagy szélesebb állampolgári tömegekkel interakcióban keletkeznek, vagy és főleg, ilyen interakciók révén futnak be rövidebb-hosszabb életpályát. Vagy maguk az állampolgárok kezdeményeznek ügyeket,

majd a politikai intézmények és szervezetek felkarolják ezeket, vagy az utóbbiak vonják be az állampolgárokat az ügykészletük alakításába.

Számos politikai ügy keletkezik már 2006-ot megelőzően is a politikai eliten kívüli kezdeményezés hatására.

- Az első jelentős eset az 1990 őszén történt üzemanyag áremelés következtében lezajlott taxisblokád, amelynek főleg az SZDSZ karolta fel a követeléseit.

- A legjelentősebbnek a külhoni magyarok állampolgárságának 2004-es kérdését tekinthetjük, mert népszavazás tárgya is képezte. Az ügyet a Magyarok Világszövetsége kezdeményezte, és gyakorlatilag minden bevett magyarországi párt szerencsétlennek találta a lépést; még a nemzeti radikálisok is úgy nyilatkoztak utólag, hogy kár volt kiprovokálni a népszavazást.

- Az őszi beszéd nyilvánosságra kerülésének a következtében 2006 őszén lezajlott tüntetéssorozatnak szintén nem volt intézményes politikai szervezője, még ha a jobbközép vezető pártja és a nemzeti radikálisok kinyilvánították is erős rokonszenvüket a mozgólódások iránt.

- 2010 után egyre-másra szerveződtek tüntetések hol a netadó ellen, hol Geréb Ágnes mellett, hol az Új Színház vagy a Nemzeti Színház vezetőváltása, hol az egészségügy és az oktatás kedvezőtlen helyzete miatt. Ezeket nemcsak, hogy nem pártok szervezték, hanem sokszor a pártoknak még a látható jelenlétét is elutasították a szervezők. Ugyanakkor hivatkozási alapjaivá lettek a formális politikai szervezetek kommunikációjának, beépültek az egyes parlamenti erőik ügykészletébe.

A popularizálódás másik formája az, amikor a pártok vagy a kormány annak függvényében alakítja politikai kommunikációs ügykészletét, hogy egy-egy kezdeményezése milyen fogadtatásra talál. Ennek kipuhatolását szolgálják a nemzeti konzultációk éppúgy, mint a kiterjedt közvélemény-kutatások. Elegendő, ha a nemzeti-polgári centrum 2014 végén és 2015 elején tapasztalt kezdeményezéssorozatra gondolunk. A kötelező drogtesztet követően a kormány előhozakodott a halálbüntetés témájával és a bevándorlás veszélyeivel egyaránt. Az első kettő nem talált jelentős támogatásra, a bevándorlás megállítása azonban népszerűnek mutatkozott, és tartósan a politikai közösség ügyévé vált.

A popularizálódás kommunikációs aspektusa több dolgot is magába foglal. Ezeket a perszonalizálás fogalmával illelhetjük. Mint a külföldi irodalomról szóló fejezetben is olvasható, a perszonalizáció fogalma a személyes politikusnak az intézmények kárára történő felértékelődése mellett azt is magába foglalja, hogy az elvont társadalmi, politikai folyamatok az egyes állampolgárok számára egyéni relevanciával kiegészülve konstruálódnak meg, egyéni, személyes jelentőségre tesznek szert. Ennek jegyében egy-egy politikai jelenség immár nemcsak a politikai közösség egészét érinti, hanem – sokkal inkább – minden egyes állampolgárt, családot, kisebb csoportot. Egy-egy társadalmi fejlemény tehát egyéni érintettséget is tartalmaz, nemcsak makroszinten és ezért közvetetten hat, hanem megvannak az egyéni, a perszonális következményei is.

A harmadik korszakban egyre inkább az történik, hogy egy-egy ügy ügyszálaként jelenik meg, több ügyből áll tehát, melyek némelyike személyes relevanciával bír. A legjobb példa a migráció, mely egyszerre érint olyan összmagyar kérdéseket, mint a szuverenitás, a kereszténységnek és általában az európai és a magyar kultúrának, a női jogoknak a védelme, és olyan perszonálisakat, mint a védelem a fizikai fenyegetettség és erőszak (terrorizmus) ellen, a szociális ellátórendszer túlterhelése ellen. Hasonlóképpen a radikálisok a nemzetmentés ügyét számtalan kisebb ügy formájában kommunikálják: a cigány-magyar együttélés gondjaiként, a cigánybűnözés visszaszorításaként, a népesedési folyamatok (alacsony szaporulat, intenzív kivándorlás, a külhoni magyarok népességsökkenése) megfordításaként, rendteremtési szándékként.

Egy-egy ügy tehát olyan jelenségek orvoslásaként konstruálódik meg, amelyek hatással vannak minden egyes ember mindennapi életére: főleg veszélyeztetik azt. Azt mondhatjuk, hogy azok a politikai erőik aratnak sikereket, amelyek képesek a nagy ügyek ilyen értelemben vett perszonalizálására.

A perszonalizáció technikai oldala olyan gesztusokat foglal magába, amikor egy-egy ügy megjelenítése történik egyedi esetek formájában. Az ügy nem, vagy nemcsak makro mutatók és narratívák felvázolásában ölt

testet, hanem sokkal inkább egyéni esetek szöveges, de még inkább képi és filmes bemutatásában. A láttatott és ezért élenkebben érzékeltetett ügyek elszaporodnak ebben a korszakban.

3. Ügygenealógiák

Nemcsak az ügyészlet változik sokat és markánsan a negyedszázad folyamán, hanem a tartósan létező ügyek is. Mint a korábban közölt táblázatból kiolvasható, a huszonöt év ügyeinek többsége csak egy-egy politikai közösségre és egy-egy korszakban jellemző, vannak azonban olyanok is, amelyek tartósan jelen vannak a nyilvánosságban. Ez nem jelenti azt, hogy ne változnának. A változásaik részben párhuzamosak az ügyészlet átalakulásaival, de egy-egy esetben sajátosságok is megfigyelhetők.

Csak néhány ügyre térek ki, talán nem is szükséges többre, hiszen a korábbi köteteink áttanulmányozásával láthatók az időbeli folytonosságok és átalakulások. Érdekes azonban néhány olyan esetet ehelyütt is szemügyre venni, amelyek fejlődése csak a folyamat vége felől érthető meg igazán. Ennek megfelelően az alábbiakban olyan ügyekre keríték sort, amelyek több politikai közösség portfóliójában is jelen voltak, és ezért érdekes látni a megközelítések eltéréseit.

A korábbi rendszer kritikája

A Munkáspártot leszámítva az összes politikai erő, tehát az egész magyar politikai kommunikáció közös ügye az 1990 előtti rendszer kritikája, és ennek kapcsán az, hogy az új berendezkedés lehetőleg minden vonásában térjen el a korábbtól. Megfordítva: bármely politikai történés kritikájának, illetve dicséretének az egyik lehetséges módja az, ha folytonosságot lehet megállapítani közte és a Kádár-rendszer valamelyik vonása között, illetve ha szembe lehet állítani az 1990 előtti jelenségekkel. Valahányszor egy állam központosít, az ellenfelei azzal bírálják, hogy vissza akar térni a rendszerváltás előtti időkhöz, pártállami eszközöket használ, miáltal az ország a diktatúra felé sodródik. Valahányszor olyan politikus vagy közhivatal viselő jelenik meg magas posztton, aki korábban is betöltött hasonló funkciót, hatalomátmentést emlegetnek, de legalább is a kommunisták visszatérését. És valahányszor például a gazdaság liberalizálásának tekinthető lépés történik, mindig meg lehet dicsérni azt, mint a korábbi rendszertől való megszabadulás egyik eredményét. A legtagabb használatban pedig rendre elhangzik öndicséretként a kijelentés: most és ezzel fejeződött be igazán a rendszerváltás, tehát tulajdonképpen eddig a múlttól csak részlegesen voltunk szabadok, ami kedvezőtlen, de most végre túl vagyunk a felemás helyzeten.

Természetesen a különböző időszakokban és a különböző szereplők részéről más és más a kritika iránya és intenzitása. Közvetlenül az 1990-es választásokat követően a rendszerkritika általában fogalmaz a korábbiakat illetően, vagyis leszámítva néhány 90 előtti vezetőt, például Rákosi Mátyást vagy Kádár Jánost, tehát olyanokat, akik már nincsenek az élők sorában, kevés állampárti politikust neveznek meg, a kritikát és a rendszert mérsékelten perszonalifikálják. Végül is a valahai párt- és államigazgatási apparátus vagy szakemberként megmaradt a közszolgálatban, vagy ott bábáskodott az olajozott és békés rendszerváltásnál, és erre rendszeresen fel is hívja a figyelmet.

Megváltozik a helyzet akkor, amikor kiderül, az állampolgárok nemcsak, vagy már nem a korábbi negyven évet kárhoztatják az aktuális gazdasági és megélhetési nehézségekért, hanem az éppen regnáló kormányt is. Ekkortól sokkal több kritika éri a Kádár-rendszer mellett a működtetőit is, főként azokat, akik a baloldali politika első- vagy második vonalában tevékenykednek, vagy az aktív politikusok felmenői.

1994-től kezdve élesen megváltozik a helyzet, hiszen az MSZMP utódpártja és a Kádár-rendszer legharcosabb ellenzéke által fémjelzett párt alkot kormánykoalíciót. Ekkortól az ügy végképp a jobboldal sajátja lesz,

legfeljebb a liberálisok próbálkoznak időről időre a rendszerkritika részét képező ügynök ügyben tenni valamit, de mindhiába, még a miniszterelnök 2002-es lelepleződését követően is.

A rendszerkritikával párhuzamos ügy a kárpótlásé, hiszen ez a 90 előtti sérelmek orvoslását célozza, és pedig mind pénzbeli, mind erkölcsi eszközökkel. Ebben a jobboldal jár élen: számos törvényjavaslattal él, pénzbeli segítséget nyújt, és erkölcsi kárpótlásként például múzeumot épít, emlékműveket állít és emléktáblákat avat.

Az ügy hosszú távú jobboldali gondozásából egy idő után, nagyjából 2003-tól kezdve a leginkább annyi marad, hogy az ellenoldalon feltűnő vezető politikusokat, például Gyurcsány Ferencet és Bajnai Gordont, igyekeznek folyamatosan a KISZ-hez vagy az MSZMP-hez kötni. Ily módon a jobboldal feladata sokáig a kommunisták elleni harc. Ezt azonban jelentősen gyengíti az, hogy a Fidesz a kádári kisemberekkel való kiegyezés érdekében vissza is vesz az antikommunista retorikából, sőt, befogad olyan politikusokat, például Pozsgay Imrét és Szűrös Mátyást, akik vezető szerepet játszottak a 90 előtti rendszerben, igaz, a lebontásában is.

A rendszerkritika baloldali változatában kezdettől benne foglaltatik a mindenkori jobboldali kormánnyal szembeni vád, hogy az tulajdonképpen visszacsinálja a rendszerváltást, a kádári kisember ösztöneire, paternalizmusára apellál, és így előbb-utóbb Orbán Viktort nemcsak Mussolinihez és Hitlerhez hasonlítják, hanem Sztálinhoz és Kádár Jánoshoz is. Kapóra jön ebben a 2010-től regnáló kormány keleti nyitása, megváltozott viszonyulása Oroszországhoz és a volt szovjet tagköztársaságokhoz. Ezekben az országokban ugyanis a kritika szerint nem demokratikus viszonyok uralkodnak, tehát az új keletű barátkozás tulajdonképpen bevallása annak, hogy a jobboldali többség feladta a rendszerváltás eredményeit – de hiszen a miniszterelnök maga mondta ki 2014-ben, hogy a rendszerváltás kifáradt, és immár illiberális állam épül Magyarországon. Ennélfogva a korábbi rendszer kritikájának ügye kifejezetten a baloldalt, vagy ahogyan ekkortájt, tehát 2014 körül magukat nevezik: a demokratikus ellenzéké – a névválasztás is jelzi, hogy ezek az erők egyszerre nyilvánítják magukat a jelen jobboldali berendezkedése és az 1990 előtti rendszer reminiscenciái ellen küzdőknek.

Euro-atlanti integráció

A Nyugathoz való csatlakozás ügye talán a leginkább közös a magyar politikai közösségben. Kétségtelen, hogy a népi radikálisok 1993-as létrejöttét követően ez az egység megbomlik, de addig, vagyis már az 1990-es választásokat megelőzően is és az említett erőket leszámítva mindvégig a huszonöt év alatt minden valamirevaló politikai erő legalábbis az Európai Unióhoz való csatlakozást egyértelműen üdvöztető célnak nyilvánítja. Olyan ügy ez, amelyik a volt állampárti, majd főleg az MSZP-ben megtalálható politikusoknak az új politikai elitbe való integrálódását is elősegíti.

A kezdet kezdetén a Nyugathoz való közeledés ügyében az elit csak az uniós csatlakozást nyilvánította elrendőnek, hiszen az 1990 körüli években a magyar katonai semlegesség volt a meghirdetett cél, már csak azért is, mert Ausztria, az örökös minta ország is semleges volt és maradt, tehát a nyugatiasodás és az európaiasodás végbevihetőnek minősült NATO-csatlakozás nélkül. Ahogy azonban mélyreható és destabilizáló változások mentek végbe a Szovjetunióban, illetve Oroszországban, továbbá ahogyan éleződött a politikai és katonai helyzet Jugoszláviában, úgy vált egyre többször deklarált célá az észak-atlanti katonai tömbbe való belépés is.

A vonatkozó döntést népszavazás is megelőzte, mégpedig 1997-ben. Ennek a kampányára sok százmillió forintot költöttek a minisztériumok mellett a fegyvergyártó és egyéb vállalatok is, holott a csatlakozást ellenző Munkáspárt és MIÉP, valamint a civil Alba kör szinte semmilyen támogatásban nem részesült, tehát nem nagyon hallathatta hangját. Ez is mutatja, hogy a parlamenti pártok messzemenően a belépés mellett voltak.

Az uniós csatlakozás kétszer olyan hosszú ideig tartó folyamatnak bizonyult, de itt is hasonlóan teljes volt a parlamenti pártok általi támogatottság, jóllehet a folyamat elnyúlása lehetővé tette azt is, hogy a kérdés félig-meddig pártpolitikai viták tárgyává legyen. A végül 2003 tavaszán népszavazásra kitűzött, majd 2004 tavaszán megtörtént belépést megint a Munkáspárt mellett a MIÉP ellenezte a leginkább, ugyanakkor a Fidesz is elégedetlen volt a csatlakozási szerződésben kikötött feltételekkel. A népszavazáson, ahogy a NATO-csatlakozás esetében is, a részvétel átlépte ugyan a szükséges 25%-os küszöböt, de elmaradt az 50%-tól, a támogatottság pedig egyformán 80% felettinek bizonyult.

Az észak-atlanti integráltság állapotában csak a radikális közösség részéről merült fel újra és újra a kilépés követelése, a politikai elit többsége a bennmaradás mellett nyilatkozott minden alkalommal, és utóbb a radikálisok vezető pártja, a Jobbik is enyhített az Európai Unióval kapcsolatos ellenségeskedésén.

2004-től kezdve tehát már nem az volt az integrálódás ügyével kapcsolatban a kérdés, hogy Magyarországnak mennie kell-e vagy maradnia, hanem hogy milyen is legyen a Brüsszelhez fűződő viszonya, van-e és ha van, mekkora a szuverenitása, továbbá hogy melyik politikai erő mennyire felel meg az „európai klub” szabályainak és viselkedési normáinak, az úgynevezett európai értékeknek, ha már egyszer kérte a felvételét a klubba. Különösen kiéleződött a kérdés 2010-től kezdve, majd és végképp a 2015-ös migrációs válság hatására.

A belpolitikai csatákban tehát az európaiság már csak negatív értelemben közös ügy: mindenki a bennmaradás hívének mutatkozik, vagyis ellenzi a kilépést, de ennél több közös elképzelésben nem látszik osztozni. Éppenséggel az az egyik visszatérő vád egymás ellen, hogy a kormány és az ellenzék nem képvisel azonos nemzeti álláspontot Brüsszelben, sőt, egymást is támadja az uniós intézmények előtt.

A külhoni magyarok támogatása

Szintén évekig közös ügy a magyar politikai kommunikációban a határon túl élő magyarok segítésének az ethosza, de itt kezdettől fennállnak elvi és gyakorlati eltérések.

Az első ciklus idején a liberális közösséghez tartozó Fidesz, de Göncz Árpád is fontosnak tartja azt, hogy a nyugat-európai partnerek, az EU tekintse relevánsnak a kollektív jogokat, ne csak az egyéni emberi jogokkal és azok megsértésével foglalkozzék. A liberálisok többsége azonban – ha elismeri is a külhoni magyarok nehéz helyzetét és már az 1989-es romániai átalakulás idején is tevőleges segítséget nyújt Romániában élő magyaroknak – nem ragaszkodik a kollektív jogok fontosságához. Ez az álláspont nem változik, ezért a liberálisok nem igen szólnak hozzá az ügyhöz a későbbiekben.

A jobboldal is megosztott, de másképpen.

A radikálisok még a határrevízió gondolatát is ápolandónak tartják, jóllehet nem úgy, mint katonailag végrehajtható tervet, hanem mint olyan álmot, amelyik az éppen zajló ország átalakulások közepette akár meg is valósulhat. Az álm fel nem adása az egyik olyan tényező, amelyik alapján a radikálisok összekülönböznek a jobbközép kormánnyal 1993 táján, amikor a még 1991 végén Ukrajnával aláírt alapszerződést kell az Országgyűlésnek ratifikálnia. A radikálisok ugyanis feleslegesnek tartják azt, hogy Magyarország újra lemondjon a határok megváltoztatásáról, ráadásul a békés megváltoztatásról is. Újra megerősödik a remény 1999 táján, amikor a délszláv háborúk lezárása van napirenden, s a radikálisok szerint most kellene az akkori jobboldali kormánynak erőt mutatnia, hogy Magyarország érvényesíthesse területi igényeit a Vajdaságot illetően.

Kormányzati befolyással nem bírván a radikálisok számára marad az ügy folyamatos napirenden tartása, a rendszeres tájékoztatás a saját médiában a külföldön élő magyarok nehéz sorsáról, valamint társas utak szervezése a kapcsolatépítés és egymás jobb megismerése végett. A Jobbik is továbbviszi ezt a szándékot, sőt, minden magyar kötelességének nyilvánítja a határon túliak, egyáltalán a Kárpát-medence történetének és helyzetének az alapos megismerését.

A jobbközépnek, ahogyan a radikálisoknak is, már 1990 előtt is fontos, hogy figyeljenek a határon túl élőkre, ebben a körben tehát jó érzéssel nyugtázzák Antall József még sokszor emlegetett mondatát arról, hogy ő lélekben tizenöt millió magyar miniszterelnöke akar lenni. Mint láttuk, az ügyet a szomszéd államokkal kötött szerződések formájában kísérelik meg előmozdítani, továbbá különféle egyéb állami segítség nyújtásával, a helyi magyarok érdekeinek a nemzetközi fórumokon való képviselésével stb.

A kollektív jogok motívuma is megkönnyíti a Fidesz közeledését a jobbközéphez, és teszi elképzelhetővé azt, hogy Für Lajos és Orbán Viktor, tehát az MDF és a Fidesz elnöke 1994-ben körutat tegyen a magyar lakta területeken, ami, tudniillik az ügy felvállalása az egyik fontos jele, gesztusa a Fidesz jobbra mozgásának.

A jobbközép folyamatosan hangoztatja elkötelezettségét az iránt, hogy a diplomáciai kapcsolatokon messze túlmenően is foglalkozzék a külhoni magyarok támogatásával, szülőföldjén való megmaradásával, demográfiai válságával. Az első Orbán-kormány idején ezt a nemzet határokon átnyúló egyesítésének nevezik, s ahogy akkor is, úgy 2010-től kezdve is külön nemzetstratégia készül, s a területet miniszterelnök-helyettes felügyeli. A vezető jobbközép politikusok rendszeresen látogatják a különféle külhoni közösségeket, mindhárom Orbán-kormány nagyon sokféle program keretében nyújt segítséget ahhoz, hogy minél több külhoni magyar kapcsolódhassék bele az anyaország életébe.

Orbán Viktor minden évben a két-három legfontosabb beszédének egyikét a Bálványosi Szabadegyetem rendezvényén mondja el. Nem csoda, hogy a 2004-es népszavazás eredményét, és az akkori kormány álláspontját lelki Trianonnak is minősítik jobboldali megszólalók. A 2010-es kormányváltás, majd a jobboldal tartós kétharmados vagy annak a közelében levő többsége szabad kezet ad a kormányzati elképzeléseknek, így annak is, hogy az állampolgárság mellett választójogot is kapjanak a külhoni magyarok, valamint annak, hogy Tőkés László 2014-ben a Fidesz listájáról jusson be az Európai Parlamentbe.

A baloldal kevésbé a súlyos politikai deklarációk szintjén viszonyul az ügyhöz, inkább például azzal, hogy amikor először kormányra kerül, folytatja az 1993-ban megkezdett folyamatot, és sorban alapszerződéseket köt a szomszéd országokkal. E pozíció szerint a más országban élő magyarokon elsősorban az segít, ha a kormányok jóban vannak egymással, a közvetlen kormányzati segítségnyújtás pedig nem terjedhet odáig, hogy az veszélyeztesse a magyar állampolgárok jólétét. Éppen ezért a baloldali kormányok ellenállnak minden olyan kezdeményezésnek, mely a kettős állampolgárság megadásához vinne közelebb. Ennek csúcspontja a 2004-es népszavazással kapcsolatos álláspont. Utóbb aztán, már ellenzékben, az Országgyűlésben a kettős állampolgárság megadása mellett szavaz a frakció többsége, és később az MSZP bocsánatot kér az ügy addigi kezeléséért. Ezt követően már csak a Demokratikus Koalíció nehezményezi a különböző kampányaiban azt, hogy olyanok is rendelkeznek állampolgársággal, sőt választójoggal, akik nem Magyarországon élnek és nem fizetnek adót. Amúgy az ügy lekerül a baloldal illetve a demokratikus ellenzék napirendjéről.

Korrupcióellenesség

A korrupció elítélése és visszaszorítása természetesen teljesen általánosan emlegetett szándék és ügy a magyar politikai kommunikációban. Jobbára a politikai erők saját magukat a korrupciótól többé kevésbé mentesnek nyilvánítják, ezzel szemben az ellenfelüket, főleg a legjelentősebbet, súlyosan korruptnak deklarálják. Ez utóbbira a bevett diskurzus az, hogy az ellenfél rendszerszerűen korrupt, míg minálunk legfeljebb korrupciós esetekről lehet beszélni.

Minél kisebb egy politikai közösség és főleg annak a pártja, továbbá minél távolabb van a kormányzati vagy akár az önkormányzati hatalomtól, annál inkább mondja magát korrupciómentesnek, hiszen nemcsak, hogy az erkölcsi tiszták, de hozzá sem fér ellopható közpénzekhez. Így mindig a kormánypártok minősülnek a nyilvánosságban korruptoknak, és ezen belül is minél nagyobb a parlamenti többsége egy kormánynak, annál korruptabbnak mondják.

A korai kormányok, és ebbe a Németh Miklós vezette kabinet is beletartozik, elsősorban azon az alapon korruptak, hogy a privatizációt vagy úgy bonyolították, hogy az a saját elvtársaiknak, bizalmasaiknak kedvezzen, vagy olyan külföldi ágenseket részesítettek előnyben, amelyek mögött titokban hazai saját körök álltak, vagy amelyek a vásárlásaik révén legalábbis kivonták a hazai gazdaság, sőt média egy részét a jövőben magyar kormányok fennhatósága alól. Ez a vád rendszeresen ismétlődik egészen addig, amíg történik privatizáció, tehát még 2002-ben is lehet vele élni a két választási forduló között privatizált tizenkét állami gazdaság kapcsán.

Korai, 1993-as korrupciós vád az MDF és Fidesz közös bűnének tűnő székház-ügy, vagyis hogy a két párt az államtól kapott székházukat eladták, és a pénzt zavaros módon költötték el. Ekkor az intenzív médiahadjárat még inkább annak a jele, hogy a Fidesz elveszítette korábbi tömegkommunikációs támogatottságát, s hogy ezentúl azonos módon fogják kezelni a politikai ellenfelei az éppen leszállóágban levő jobboldali kormánypárttal.

A széleskörű privatizáció mellett, majd annak lezárulásával, a vádak alapján a mindenkori kormányok korrupciós tevékenységének a része az állami vállalatok vezető pozícióinak politikai alapon történő betöltése, valamint az állami közbeszerzések lezsírozása, tehát hogy azoknak mindig a kormányhoz közelállók a kedvezményezettjei, esetleg a két legnagyobb párt, és pedig 70–30 arányban a kormánypárt javára. Az uralkodó diskurzus szerint a korrupció legkésőbb a kampánytámogatásoknál kezdődik: a nagyvállalati körök, külföldiek és belföldiek egyaránt, azért nyújtanak ilyen támogatást, hogy majd túlárazott és kifejezetten rájuk kiírt kormányzati megrendelések és pályázatok révén többszörösen visszakapják azt. 2004-et követően, de főleg 2010 után pedig az uniós támogatások ellopása, az úgynevezett csókosoknak, a barátoknak és rokonoknak való átjátszása, az ország általuk történő felvásárlása szerepel a korrupció alapú bírálatban.

Mindezek bizonyítékeként rendszeresen érik el a nyilvánosságot bűnüggyé váló esetek, amikor egy-egy elkövető, például Tocsik Márta, Kulcsár Attila, Simon Gábor, Hunvald György és mások rendőrségi kihallgatások és bünyügyi eljárások szereplői lesznek, és ilyenként örök hivatkozási alapot képeznek az adott politikai közösség korrupt voltának igazolásához. Bizonyos értelemben súlyosabbak azok, amikor például Simicska Lajos, Mészáros Lőrinc, Orbán Viktor barátai, vagy Tiborcz István, a miniszterelnök veje ellen nem indul nyomozás, ugyanis ilyenkor a rendszer, jelen esetben a Nemzeti Együttműködés Rendszere, egészében minősül korruptnak, hiszen, lám, az ügyészség is összejátszik a bűnösökkel, még csak meg sem vizsgálják, történt-e törvénybe ütköző. További korrupciós bizonyítéknak alkalmazzák egy-egy kormány közeli személy gyors meggazdagodásának a tényét, vagy azt, hogy drága ruhákat, kiegészítőket (karóra, táska stb.) hord, drága vendéglőben és szórakozóhelyen fordul meg, valamint költséges üdülésekben van része.

A politikai elit különféle eszközöket vonultat fel a korrupció elleni harc jegyében. Például egy ideig kineveznek olyan kormányzati politikust, aki az előző kormány viselt dolgait hivatott feltárni és a feljelentésig vinni. Elfogadnak különféle átláthatósági, „köztisztasági”, valamint üvegzséb-törvényeket, és folyamatosan módosítgatják a közbeszerzési eljárást. 2004-et követően pedig mindegyik ígéri a brüsszeli illetékesekkel való szorosabb együttműködést a másik oldal cselekedeteinek a feltárásához. Eszköz még a parlamenti vizsgálóbizottság, a politikai közösség sajtójának a tényfeltáró-oknyomozó tevékenysége, vagy az, amikor a párt felkarol egy-egy olyan személyt, aki az ellenfélhez tartozott, de látva annak korrupciós tevékenységét, kilépett és leleplező anyagokkal állt elő.

Média

A média mindig gondot okoz a politikai erők számára, és pedig a huszonöt év alatt nincs olyan, amelyik vagy folytatólagosan, vagy időnként ne panaszkodnék a másik oldal médiafölényére vagy legalább arra, hogy az ellenfele fölénybe akar kerülni vele szemben.

A korai évek politikai elitje óriási jelentőséget tulajdonít a médiának, hiszen azt éli végig, hogy a semmiből meghatározókká tudnak válni politikai csoportok pusztán az által, hogy sokat és jól szerepelnek a médiában. A tömegkommunikáció helyzete és annak valamilyen rendezése ezért talán a legfontosabb ügy a kilencvenes évek közepéig. A média jelentőségének ilyen felbecslése arra sarkallja az MSZP-t, hogy 1990 tavaszán titokban, elkerülendő a majdani kormány sajtóbeli eluralkodását, eladja teljes lapportfólióját, tehát a *Népszabadságot* és az összes megyei napilapot külföldi befektetőknek, de azzal a feltétellel, hogy az újságírók a helyükön maradhatnak, s az országos napilapban meghatározó tulajdona marad a párt alapítványának.

A médiának szintén nagy fontosságot tulajdonító jobboldali kormány kezdetben abban bízik, hogy a tömegkommunikáció megértő lesz vele szemben, ezért a legnagyobb ellenzéki párttal keres és nevez ki elnököt a két közszolgálati médiának. Hamar kiderül azonban, hogy sem a nyomtatott, sem az elektronikus sajtó nem támogató a kormány intézkedéseit illetően, ami arra sarkallja a jobboldali tábor, hogy a médiát néhány kivételtől eltekintve ellenzékinak minősítse. Meg is fogalmazódik néhány terv azzal kapcsolatban, hogyan lehetne legalább a közszolgálati médiában létrehozni a parlamenti erőviszonynak megfelelő állapotot, tehát kormányoldali fölényt. Az erőfeszítések eredményeképpen 1993 elejére kormánybarát vezetése lesz a két médiumnak, így elérhetőnek látszik az, hogy a nyomtatott sajtót politikailag ellensúlyozza az elektronikus.

1994-ben a kormány, amelyet a médiának a túlnyomó része vagy támogat, vagy legalábbis legfeljebb barátságosan korhol, kihirdeti, hogy az évekig tartó médiaháborúnak vége, s a koronát az 1995 végén elfogadott médiatörvénnyel teszi fel a műre. Már csak azért is, mivel a törvény kilencvenszázalékos támogatást kap a parlamentben, a politikai elit egy időre úgy érezheti, hogy megszűnt az ügy. A jobboldal folyamatosan médiahátrányt érzékel ugyan, de kilátástalannak látva a nagymédiabeli helyzetét, a tömegkommunikációt megkerülő vagy azt legalább manipulálni képes technikákhoz nyúl, ezért valóban elcsitul az ügy.

Ettől kezdve az a minta alakul ki Magyarországon, hogy a közszolgálati média mindig a kormányoldalt támogatja, a kereskedelmi pedig szintén valamelyik táborhoz húz, de mindig ahhoz, ahová a tulajdonosa, a reklámozói vagy a közönsége. Medgyessy Péter sokat emlegetett 2002-es mondása jegyében, hogy ugyanis akinek média kell, az vegyen magának, a tartósan hátrányba szorult jobboldal valóban kialakít a holdudvarába tartozó vállalkozók és alapítványok segítségével egy terebélyesedő portfóliót rádióval, televízióval, napi- és hetilapokkal.

A média az 1995-ös törvény megszületése ellenére nem kerülhet le a napirendről, és pedig nemcsak azért nem, mert a mindenkori ellenzék kifogásolja a közszolgálati adók kormánybarátságát, holott a jogszabály szerint nekik kiegyensúlyozottnak kellene lenniük, hanem azért sem, mert a törvény működésképtelennek bizonyul a különböző vezetői posztok betöltésekor. Mivel azonban a médiatörvénykezés kétharmados többséget igényel, ezért egészen 2010-ig kell várni az új jogszabályra. Ekkortól aztán kialakul az a mindinkább az 1994 és 1998 közötti időszakra jellemző helyzet, hogy a közszolgálati média, immár a Magyar Távirati Irodával együtt, a kormánypártokat támogatja, a csökkenő baloldali győzelmi esélyek pedig egyre csökkenő vállalkozói támogatást eredményeznek, aminek a részeként egyre nehezebb a kormánykritikus média mind nagyobb része számára az, hogy megéljen a piacról.

A médiaügy változatos metaforákkal, diskurzusokkal és cselekvéses megnyilvánulásokkal bír a huszonöt év alatt. Találkozunk „médiatisztességgel”, „a sajtószabadság lábbal tiprásával”, mindig ellenoldali „médiafölénnyel” és „propagandával”, „lakájmédiával” és „nemzetietlenséggel”. Az 1991-től 1994-ig tartó legforróbb médiaháborút olyan események tarkítják, mint éhségsztrájk a médiaelnökök távozása érdekében, a köztársasági elnök által többször is elutasított miniszterelnöki kinevezési és felmentési kérelmek, a köztársasági elnök által elutasított elnöki lemondások, alternatív újságíró-szervezet létrejötte, számtalan tüntetés és ellentüntetés, konferencia és ellenkonferencia, elbocsátás előbb a 94-es választások előtt, majd még nagyobb a választások után.

Míg a baloldali és liberális közírók ritkán írnak a jobboldali média tartalmairól, leginkább csak akkor, amikor rasszizmust vagy szélsőséges megnyilvánulásokat érzékelnek arrafelé, a jobboldali újságírók egyik fő tevékenysége a másik oldal médiájának a figyelése és kommentálása. Különösen sokat foglalkoznak a valóság showkkal és a *Heti Hetes* című satirikus műsorral, valamint azzal, ha a baloldali kormány trágár vagy nemzetietlennek minősülő újságírókat tüntet ki.

4. Ügyfajták

Az alábbiakban azt mutatom be, melyek a fő jellegzetességeik a huszonöt év ügyeinek.

Használati módok

Jóllehet az ügyek jobbára arra szolgál, hogy egy-egy politikai erő vagy politikai közösség megkülönböztethető legyen a többiektől, vannak olyanok, amelyek elősegítik a különböző politikai közösségek közeledését, sőt, szövetségessé válását. Ilyen például a demokráciaféltés a liberálisok és a szocialisták számára a kilencvenes évek elején, s ennek megtestesülése, a Demokratikus Charta előbb nyilatkozatként, majd szervezeti keretként. Hasonló szerepet játszik a jobbközépen 1994-től kezdve a határon túli magyarok iránti felelősségvállalás, mely ügy lehetővé teszi azt, hogy az MDF és a Fidesz közeledjék egymáshoz.

Igaz az ellenkezője is, vagyis előfordul, hogy a politikai közösség fontos ügye a pártszövetségen belüli elhatárolódásra szolgál. Erre példa a gazdaságpolitika a Horn-kormány idején. Az SZDSZ mint liberális párt visszafogott gazdaságpolitikát akar, ezzel szemben, és ettől magát megkülönböztetendő az MSZP beavatkozót, társadalommérnökösét. Nem véletlen, hogy 1994-től kezdve a gazdasági tárcákat a szocialisták töltik be. És az sem véletlen, hogy az SZDSZ inkább a sokszerű liberalizálást, vagy éppen az adóreformot és a gyors privatizációt hirdeti.

Bizonyos ügyek több politikai közösségben is megtalálhatók, mégsem vezetnek közeledéshez vagy szövetségkötéshez. Ilyen például a médiapolitika, mely szinte minden politikai közösség portfóliójában szerepel legalább egy ideig, de teljesen máshogyan építi azt fel az Antall József vezette kormány, mint a korabeli SZDSZ, vagy a 2010 utáni nemzeti-polgári centrum. Míg a jobbközépnek a média ügyében a médiafőlény felszámolása játssza a fő szerepet, addig a liberálisok ragaszkodnak ahhoz, hogy az állam ne avatkozzék bele a médiahelyzetbe, a baloldal pedig talán kevesebbet beszél a médiáról, ugyanakkor nagyon hatásosan cselekszik: 1990-ben titokban külföldi befektetőknek eladja lapcsaládját, 1995 végére elkészíti a médiatörvényt.

Van azután olyan ügy, amelyik magán a politikai közösségen belül szolgálja az elkülönülést. A korrupció elítélése és felszámolása a baloldali közösség ügye, főleg amikor a pártja ellenzékben van, de arra is szolgál a kétezres évek elején, hogy a népi baloldal megkülönböztesse magát a párton belüli milliárdos politikusoktól. A baloldali közösség általában is sokat kritizálja a legfontosabb pártját azért, mert korruptnak látja vagy magát a szervezetet, vagy legalább azt, hogy privilegizált holdudvart tart fenn maga körül. Ilyen ügynek tekinthetjük a nemzeti-polgári centrum oldalán a vasárnapi boltzárat, mely jól érzékelhetően a leginkább a KDNP identitásépítését szolgálta.

Bizonyos ügyek egy idő után összeolvadhatnak. Erre a sorsra jut az oktatás és az egészségügy 2010-et, de főleg 2014-et követően a baloldalon. Hasonló utat jár be a rezsisökkentés is, amikor 2013-tól a nemzeti-polgári centrum kommunikációjában az egyik frontjává minősül a Brüsszel elleni harcnak, vagyis a (gazdasági) szuverenitásért folytatott küzdelemnek.

Számos esetben az történik, hogy – az adott kezdeményezés kedvező állampolgári fogadtatását látva – a politikai erő a sikeres ügghöz kapcsol további témákat. Például a migráció egy idő után felszívja magába a

szociális biztonság, a katonai biztonság, a kulturális sajátosság, a szuverenitás ügyét és még egy sor tartós vagy rövid életű kérdést. Hasonlóképpen szívja fel az oktatásügy a liberálisok számára 2002 és 2006 között a modernizációt, a cigányok felzárkóztatását és az esélyegyenlőséget.

Tulajdonságok

Érdemes megkülönböztetnünk pozitív és negatív ügyeket. Egy-egy politikai erő főként pozitív ügyeket hangoztat, vagyis arra törekszik, hogy saját magát valamilyen abszolút értékben jó állapot eléréséért harcoló erőként jelenítse meg. A negatív ügy ezzel szemben olyan, amelyiknek az elsődleges összetevője a valami károstól, elítélendőtől való elkülönülés. Például a jobbközépen 1990 után nem sokkal fontos üggyé válik a megelőző negyven év és azok örököseinek az elítélése, ami antikommunizmusként jelenik meg. Hasonlóképpen a baloldal identitásának egyik legfontosabb összetevőjévé már 1990 végétől a jobboldal antidemokratizmusa és az azzal szembeni küzdelem lett. A radikálisok általában is a leginkább a többi parlamenti párttal szemben és különféle ügyek tagadása révén határozták meg magukat, az úgynevezett huszonegyedik századi pártok pedig 2006-ot követően a huszadik századi politikai erőkkkel szemben.

Néha a pozitív ügyként felmutatott célok és vállalt feladatok negatívba fordulnak. A liberálisok több ilyen tapasztalatot is felhalmoztak az évek során. Reményteljes ügyként mutatták fel a négyes metró építését, ám egy idő után a történések inkább kudarcorozatnak tűntek a nyilvánosságban – bármennyi energiát fektettek is abba, hogy a hibákért másokat tegyenek felelőssé. Nagy lendülettel kezdett bele az SZDSZ az oktatás átalakításába is 2002-től, ám itt is számos kudarc érte őket. A baloldal Medgyessy Péter idején a gazdaságpolitikai hozzáértés és a jóléti rendszerváltás ügyével győzte meg a választók kellően nagy részét, ám elég hamar úgy tűnt, hogy éppen a gazdasági eredmények területén követték el a legsúlyosabb hibákat, s vált a gazdaságpolitika a baloldal egyik, ha nem a legfontosabb tehertételévé.

Az utóbbihoz kapcsolódik az a kettősség, mely az ügyeket, az üggyel bírást illetően explicite is megfogalmazódott a politikai kommunikációban. A baloldal a köztársasági elnök megválasztásának a módját érintő népszavazáson csúfos kudarcot szenvedett, s ettől kezdve több, mint egy évtizedig olyan politikai közösségként igyekezett megnyilvánulni, amelynek nincsenek magasröptű ügyei, hanem a legfőbb ügye az ország minél hatékonyabb működtetése. Ezért elmarasztalta azokat a riválisait, amelyek állandóan a *cause* értelmében vett ügyeket emlegettek: a normális, józan, szakpolitika központú kormányzás helyett szimbolikus politizálásra pazarolták az időt és a közpénzt. Ezek a kritizált erők elsősorban a jobboldalon voltak fellelhetők, de időnként a liberálisok is túl doktrínereknek minősültek. Sajátos módon hasonló önértelmezések a jobbközépen is megfigyelhetők voltak. Elsősorban Orbán Viktor ismételte azt, hogy a pártpolitikánál, a nagy eszmék és doktrínák megvalósításánál sokkal fontosabb a mindennapos kormányzás, amelyik tehát nem nagy ügyeket követ, hanem a magyar emberek érdekeinek próbál érvényt szerezni.

A jobboldal, a radikálisok sokkal határozottabban, mint a jobbközép, sokáig tekintett az ügyének olyan célokat és kötelezettségeket, amelyek kívül voltak nemcsak a kormányzás és a szakpolitikák, hanem a jog határain is. Elsősorban az első ciklus idején küzdöttek azért, hogy akár a visszamenőleges jogalkotás segítségével is, de valamilyen büntetést róhassanak ki az 1990 előtti rendszer működtetőire, hogy ezzel is erkölcsi elégtételt és kárpótlást nyújthassanak az akkor hátrányt szenvedetteknek.

Sokféleképpen mérhetjük egy ügy sikerét, de az egyik sikermutató minden bizonnyal az, ha jogszabállyá válik. Számos ilyen ügy akadt a huszonöt folyamán, de voltak olyanok is, amelyekről rengeteg szó esett, de végül hiába kerültek a gazdái az országgyűlésben többségbe, mégsem alkottak róla törvényt. Például a liberálisok, de más erők is sokat és meg-megújulóan emeltek szót az úgynevezett ügynök ügyben, tehát hogy törvény segítségével tisztázni lehessen azt, ki volt része az 1990 előtti rendszer besúgóhálózatának. Hasonlít ehhez az, amikor a 2014-es baloldali Kormányváltás szövetség pártjai a megelőző és a következő évek során

rengeteg alkalommal emeltek szót az oktatás és egészségügy megsegítése mellett, és mégis, a választási programjukban az oktatás egyáltalán nem kapott kiemelt helyet, s az egészségügy is alacsony prioritást élvezett.

Már az ügy mibenlétének a kettős, *issue* versus *cause* értelemben történt meghatározásakor jeleztem, hogy vannak rövid és hosszú távú ügyek. Említettem a 2014 és 2015 fordulóján zajlott kormányoldali ügykeresés egyik állomásaként rövid ideig életben tartott kötelező drogtesztet és aztán a halálbüntetés napirendre vételét. Más közösségek sem voltak mentesek az ilyen kísérletektől. Például a szociális ügyek, a jóléti ígéretek a baloldal számára elsősorban addig voltak identitásképzők, amíg a pártja ellenzékben volt. Mind 1994-et megelőzően, mind az Orbán-kormányok idején a baloldal sűrűn szót emelt azért, hogy a kormány enyhítse a munka nélkül maradtak, az elnyomorodtak, az éhező gyermekek szenvedéseit, adjon több pénzt az embereknek, részesítse a dolgozókat a gyors növekedés hasznából, ám kormányra kerülve akár 1995-től, akár 2006-tól a jóléti kérdések háttérbe szorultak, mondván: a gazdaság fejlesztése majd magától megoldja a jóléti feszültségeket.

Egy további lehetséges osztályozási irány az egycélú és a többcélú ügyek megkülönböztetése. Természetesen minden kommunikációnak egyetlen végső célja van: a támogatásszerzés. Ugyanakkor vannak ügyek, amelyek csak egyetlen célra használhatók, de a hatékonyak több célra is. Például a migráció többcélú ügy, pontosabban – és ez a fontos – több cél elérésének az eszközeként van megkonstruálva: szuverenitásvédelem, a nép bevonása a döntéshozatalba nemzeti konzultációval és népszavazással, szociális biztonság, fizikai biztonság, kulturális biztonság stb. Hasonlóképpen a polgári Magyarország megteremtése is több célt látszik szolgálni: új identitás a szocializmus után identitás nélkül maradtaknak, a Nyugat utolérésének a módja, megkülönböztetés a másik politikai táborától stb.

5. Ügykonstrukciós eljárások

Ehelyütt azt foglalom össze, milyen jellegzetességeit találhatjuk annak, ahogyan a huszonöt év során az ügyek megkonstruálódtak.

Mire terjedhet ki az ügyek körüli konstrukciós tevékenység? Mint emlékeztet, főleg azokat a témákat minősítettük ügyeknek, és nem, mondjuk, diskurzusoknak, amelyek körül mind diszkurzív, mind nem diszkurzív cselekvéseket találni. Diszkurzív cselekvés az, amikor beszélnek és írnak az adott témáról, és pedig sokszor, változatosan és visszatérően. Nem diszkurzív cselekvés általi konstruálás pedig akkor történik, amikor az adott téma valamilyen processzusban, tárgyban vagy szervezetben is testet ölt.

A végén, tehát a szervezetnél kezdve, az egyik példa a korai radikálisok esetében a média ügye, ugyanis ez szervezet létrehozásába is torkollott, a Magyar Újságírók Közösségének a megalapításába. A jobbközép törekvése a polgári Magyarország megteremtésére a polgári körök alapítását is elhozta. De ilyen például a Demokratikus Charta létrehozatala, amikor szűkebben a média ügyének, tágabban a demokráciaféltésnek a konstrukciójába belekerül egy korábban elképzelhetetlen összefogás megteremtése. Ezek a valószínűleg pusztán pártpolitikai szövetségekötések hajlamosak nagynak beállított ügyek konstrukciós elemének mutatkozni.

A konstrukciós gesztusok néha abban mutatkoznak meg, hogy egy-egy politikai erő távol marad valamitől, nem vesz részt valamiben. Ilyen például a Fidesz távolmaradása a Demokratikus Chartától, amikor az már nem pusztán dokumentum, hanem mozgalom; a párt azt mondja, hogy a demokráciát a parlamentben kell védeni, és nem egy parlamenten kívüli mozgalomban. Hasonlóképpen a Fidesz nem vesz részt a Demokratikus Charta Csurka István elleni 1992-es megmozdulásaiban sem.

A radikálisok számára a határrevízió folyamatosan napirenden tartott ügy a második korszakban, de olyan ügy, amelyiket kizárólag diszkurzív eszközökkel (újságcikkek, választási programban való szerepeltetés) konstruálnak, és nem alkalmaznak nem diszkurzív eszközöket. Nem arról van szó, hogy a radikálisok, főleg

a koraiak, általában is tartózkodnának a nem diszkurzív erőfeszítésektől. Például a határon túli magyarokkal kapcsolatos ügyük konstrukciójában nagyon is találunk ilyen eszközöket: a Magyar Fórumban rendszeresen közléseket a Magyar Út Körök adománygyűjtő vagy segélyező felhívását. A MIÉP tagjai részt vesznek kárpátaljai és vajdaságbeli árvízi védekezésben is. Bátorítják az anyaországi és a határokon túli magyarok közötti kapcsolatok erősítést. A Magyar Út Körök szervezete rendszeresen indít túrákat, kirándulásokat a Csíksomlyói Passióra, Erdélyi körutazásokra.

Az uniós csatlakozás ellenzését illetően éles a különbség a MIÉP és a fiatalabb szervezetek között: a MIÉP, Csúrka István és más megszólalók csak írnak és beszélnek, a Hatvannégy Vármegye Ifjúsági Mozgalom is hevesen ellenzi Magyarország Európai Unióhoz történő csatlakozását. A Lelkiismeret '88 Csoport, a Vér és Becsület Kulturális Egyesület, a Pajzs Szövetség, a Jobbik Magyarországért Mozgalom, valamint a Magyar Nemzeti Front társaságában szimbolikusan eltemetik a magyar függetlenséget, majd „vállaltan szkinhed zenekarok” koncertjeivel tort ülnék felette.

Különösen gazdag az az eszközrendszer, amellyel a jobbközépen „a történeti folytonosság megteremtése” ügyet építik fel. Millenniumi esemény- és ünnepségsorozat, a Szent Korona áthelyezése a Parlamentbe és hajón szállítása Esztergomba stb. De ide tartozik például a Kossuth tér átalakítása és az Alaptörvény preambuluma is.

Konstrukciós eszköz a népi kezdeményezés, vagyis legalább ötvenezer aláírás összegyűjtése azért, hogy az Országgyűlés tűzzön napirendjére egy kérdést, és tárgyalja meg, és ha szükségesnek tartja, hozzon döntést az ügyben. Ilyet indít 2000 elején az SZDSZ a sorkatonaság eltörlése végett.

Gyakran alkalmazott eszköz az adott ügghöz kapcsolható vagy egyenesen az ügy kommunikálása végett szervezett rendezvényen való részvétel, annak megnyitása. Az Antall József vezette kormány tagjai sűrűn vannak jelen történelmi megemlékezésekkel kapcsolatos rendezvényeken. Demszky Gábor, majd Ungár Klára nyitja meg a melegek fesztiválját, amivel jelzik kiállásukat a melegek jogai és általában az emberi jogok, azok kiterjesztése mellett. A kisebbségi jogok mellett kiállást demonstrálandó Demszky Gábor többször jár Uszán, hogy felmutassa: létezik együttműködés a romák és a magyarok között.

Vannak egészen meglepő konstruáló gesztusok is. 2005 tavaszán Juhász Péter, a Kendermag Egyesület alelnöke a drogliberalizáció nevében feljelenti saját magát. Orbán Viktor és képviselőtársai 2007 februárjának az elején polgári engedtlenséget tanúsítva lebontják a Parlament épületét körbevevő kordont a szabadság ügyét pártolando.

Van, hogy egy-egy ügy mellett egész kultusz alakul ki. Az új alkotmány promóciója érdekében létrehozzák az Alaptörvény asztalt, hozzá asztalszolgát rendelnek, mégpedig az összes magyar településen. A kultusz formálásával megbízott Kerényi Imre minden érettségizőnek eljuttatna egy-egy példányt a jogszabályból.

Néha egy-egy politikai közösség az által tünteti ki magát egy ügy mellett, hogy más stílusú eszközök alkalmazásával konstruálja meg, mint a többiek. Medgyessy Péter a 2002-es miniszterelnök-jelölti vitán azzal lepi meg ellenfelét, hogy az egészségügyet illetően nem makro statisztikákat idéz, hanem a kazincbarcikai kórház rozsdás vízvezetékcsövét említi, tehát egy a mindennapokban és az egyszerű állampolgárok által is átélhető élményt. Ez megmarad a baloldal megközelítésében, hiszen ellenzékéből az oktatás állapotát a krétahiánnyal, az egészségügyét a WC-papír hiányával konstruálják.

A jobbközép jár az élen akkor, amikor az ügyek konstituálásában különösen nagy jelentőséget tulajdonít bizonyos specifikus szavak nyilvánosságba való bevezetésének és folyamatos ismételtetésének. Az első feltűnést keltő példa a polgár szó kitartó és állandó alkalmazása 1996-tól egészen a 2002-es választásokig. Ezt az eljárást az ellenfelek is átveszik, és a baloldalon a konvergencia program által kijelölt politika leírására számos fogalom jelenik meg: költségvetési fegyelem, egyensúlyteremtő- és őrző növekedési pálya, egyensúlyi pálya, stabilizációs politika, felelős költségvetési politika, stabilitás, hiánycél, maastrichti kritériumok betartása.

Ahogy említettem, a baloldal 2010 után a kormány ellen fordítja a szociálpolitika, a szociális helyzet ügyét. Kiemelkedően fontos és sokat emlegetett a gyermekszegénység és gyermekéhezés. Az elnyomorodást sok képpel illusztrálják, de vannak éhségmenetek is meg parlamenti performanszok.

A képek más témáknál is egyre fontosabb konstrukciós eszközök. Az egyik ilyen a migráció, amellyel kapcsolatban a baloldali közösség tagjai által a téma illusztrálására használt képeken gyakran nőket, gyerekeket és családokat mutatnak az érintettek között. Ennél a témánál is jellemző az egyedi esetekre, egyéni élettörténetekre való fókuszálás, ami átélhetőbbé teszi az érintettek szenvedését. A nemzeti-polgári centrum ezzel szemben inkább fiatal, katonakorú férfiakat mutat a bevándorlók közül.

Egyre fontosabbá válik az eljárások között a civil aktivitás, az tehát, hogy a politikai közösség nem politikus tagjai különféle, de a médiában jól nyomon követhető módon vesznek részt az adott ügy megvalósításában. A baloldalon a legnagyobb civil aktivitás a migrációs/menekült kérdésben nyilvánul meg, melynek során állampolgárok szervezeten és szervezetlenül is segítséget nyújtanak az országba érkezőknek, a kormányzati plakátok online és offline átszerkesztésével, ellenplakátok finanszírozásával a kormányzati kampány hatékony ellenkampányát szervezik meg. A cigánybűnözés felszámolásának az ügyében pedig a radikális közösség tagjai nemcsak retorikai fordulatok segítségével demonstrálják az elkötelezettségüket, közös fellépésüket: hívásra a Magyar Gárda és a Jobbik képviselői megjelennek a településen, meglátogatják a panaszosokat, felkeresik az elkövetőket. Az ügghöz kapcsolják a Cozma-gyilkosságot és az olaszliszakai lincselést. A két történés közül az utóbbi emlékezete élénken él a korszak egészen, fenntartása igazi közösségi élmény: évente Olaszliszván összegyűlnek, emlékművet állítanak, anyagi támogatást nyújtanak az áldozat családjának.

A köztereken való jelenlét általában is egyre fontosabbá válik. Az ellenzék fizikailag is kiáll az 1990-es taxisblokáddal mellett, amivel erősíti a kormányzó jobboldal felkészületlenségéről és amatőrizmusról alkotott véleményét, majd tüntet a Demokratikus Charta szervezésében a demokrácia megvédelmezése ügyében. Nagy erőforrása a tömegrendezvény a jobboldalnak. Ezt igazolják például a békementek, melyek általában a nemzeti szuverenitás ügyét szolgálják. A Jobbik pedig tüntetéssorozatot szervez a devizahitelek ügyében. Orbán Viktor háza előtt is demonstrálnak. A devizahitelek egy csoportja a Jobbiktól függetlenül ténykedik. A Koppány csoportot a 2006-os Kossuth térek vezetői hozzák létre, akiket az ügy ismét összehoz. A „koppányosok” a testükkel védik a kilakoltatásra ítélt családokat, tüntetésekkel, autós és gyalogos felvonulásokkal, útlezárásokkal igyekeznek felhívni a figyelmet a devizahitelek gondjaira.

Említésre méltó konstrukciós eszköz a parlamenti obstrukció is. A radikális közösség ezzel az eszközzel lassítja a földtörvény számukra nem megfelelő módosítását, az országgyűlésben molinókat feszítenek ki, és a földtörvényről szóló szavazás napján a Jobbik frakció tagjai elfoglalják az elnöki pulpistust, majd az Alkotmánybírósághoz fordulnak. De népszavazást is kezdeményeznek, illetve helyi és budapesti vonulások szerveznek. Az utcai politizálás csúcsa a 2013. október 23-i megemlékezéssel összekötött traktoros felvonulás.

Metaforák és diskurzusok

Bene Márton

Az alábbiakban kutatási eredményeink alapján azt foglalom össze, hogy mely diskurzusok és metaforák határozták meg az 1990 és 2015 közötti korszak politikai kommunikációját, és ezeket mi jellemezte. Az alkalmazott diskurzusok és metaforák részletes bemutatására ehelyütt nincs módom, de ez nem is szükséges, mivel a korábbi kötetekben részletesen tárgyalásra kerültek, mégpedig az egyes közösségekről szóló fejezetekben.

A fejezet első része e fogalmakról ejt néhány szót, ezt követően pedig felvázolja a korszak legfontosabb, közösségeken és/vagy időszakokon átívelő diskurzusait és metaforáit. A dolgozat harmadik részében a főbb diskurzus- és metaforafajtákat tekintem át, majd az írást néhány visszatérően alkalmazott konstrukciós eljárás bemutatása zárja.

A diskurzusok és metaforák mibenléte

A diskurzus a társadalomtudományok egyik központi fogalma, szinte minden tudományágban és területen előszeretettel alkalmazzák. A széles körű használat egyik következménye, hogy rendkívül vitatott fogalomnak számít, a terminusnak számtalan meghatározása és alkalmazási formája ismert. Ebben a kutatásban metafora és diskurzus alatt szemiotikai erőforrásokat értettünk, vagyis olyan eszközöket, amelyeket jelentések átadására vagy megértésére használtak a politikai élet szereplői, az állampolgárokat is beleértve. A jelentés nemcsak mentális lenyomat lehet, hanem a használatban és a reakcióban megmutatkozó értelem is.

Diskurzus alatt valamilyen téma kapcsán kialakuló viszonylag koherens tudást értünk, a metaforák pedig olyan széles jelentéstartománnyal rendelkező szavak és kifejezések, melyek rendszeresen visszatérnek egy adott közösség megnyilatkozásaiban. Míg egy-egy visszatérően használt szót vagy kifejezést tekintünk metaforának, a diskurzus egy-egy kérdéskörben konzekvensen és sűrűn emlegetett érvelést, és logikai láncra felfűzött metaforakészletet foglal magába. Metaforák lehetnek fontosak diskurzusba foglaltság nélkül is, amiképpen elképzelhető olyan diskurzus, melyben nem ismétlődnek ugyanazok a metaforák.

E diskurzusok és metaforák integrálni és tagolni is képesek a politikai közösségeket. Egyes témák és kifejezések gyakori használata összeköti azok használóit, ezek pontos értelmezései azonban egy alacsonyabb szinten el is választhatják őket egymástól. A magyar politikai nyilvánosságban például megjelenik néhány olyan gyakran alkalmazott diskurzus és metafora, melyek a teljes politikai közösséget összekötik. A közösség tagjai gyakran beszélnek nemzetről, Európáról, a rend fontosságáról vagy éppen a gyűlölet markáns jelenlétéről. Mint az alábbiakban látni fogjuk, az egyes politikai táborok másként és másként értelmezik e szavakat és témákat, ez pedig tagolja a közösséget.

Egyes diskurzusok és metaforák képesek táborok összekapcsolására. Például a Nyugat- és az Európa-diskurzus összeköti a liberális és a baloldali közösséget, míg a nemzet metaforájának a hangsúlyos alkalmazása a jobbközép és a radikális jobboldal között szolgál hídként. Mások az egyes közösségeken belül eredményeznek tagoltságot. Például a liberálisok sokat beszélnek a liberalizmusról és balliberális koalícióról, ez a témaválasztás és szóhasználat megkülönbözteti őket más közösségektől, azonban e szemiotikai erőforrásokat a liberális közösségen belül is eltérően alkalmazzák, ami azt belülről is tagolja. Ebből is látható, hogy az

egyes diskurzusok és metaforák más és más helyen húzzák meg az összetartozás határait, és a sokféle határ-meghúzásból rajzolódik ki az a politikai tér, amelyet az első és a második korszakban négy, a harmadikban pedig három politikai közösség elkülönítésével láttunk leírhatónak.

A diskurzus- és metaforakészlet változása

A magyar politikai közösség domináns diskurzusai és metaforái sokat változnak a huszonöt év során, e változások sokaságából néhány általánosabb mintázat is kirajzolódik. A kutatás során azonosított és leírt diskurzusokat és metaforákat az 1. táblázat foglalja össze.

1. táblázat. A magyar politikai kommunikáció diskurzusai és metaforái

	1990–1997	1997–2006	2006–2015
Jobbközép	nép nemzet magyarság sorskérdései Nyugat és Európa stabilitás országimázs a politikus mozgalom és párt	álom szeretet közösség szolidaritás nemzet párhuzamos társadalom nemzeti ügy és közjó polgár 2002-es vereség két Magyarország kettős mérce középosztály Európa, Nyugat és az Európai Unió kulturális pesszimizmus következménynélküliség gyűlölet populizmus liberalizmus, liberális	korszakváltás józanész demokrácia kétharmad szabadság, nemzeti függetlenség
Baloldal/de- mokratikus ellenzék	önvédelmi diskurzus identifikációs- és értékdiskurzus demokráciavédő diskurzus depolitizált pragmatizmus	biztonság és nyugalom múlthoz fűződő viszony nemzeti Európa/Nyugat demokráciavédő polarizáció/integráció repolitizált pragmatizmus modernizáció	korszakváltás demokráciavédő reform nők
Radikálisok	1956 élet és halál zsidók nép	védelem és szembeszegülés Trianon háttérhatalom harmadik út rend	nemzeti radikalizmus cigányság Trianon bűn, bűnözés rend
Liberálisok	liberális, liberalizmus nyugat Európa nemzet gyűlölet populizmus zsidózás félelem, fenyegetettség klientúra	koalíciós diskurzus demokráciavédő liberalizmus korrupció holdudvar	

Az első korszakban a politikai diskurzusok elsődlegesen az önmeghatározás kérdéseire fókuszálnak. A diskurzusok és metaforák egy jelentős része a politikai közösséget alkotó elitről szól, azzal foglalkozik, hogy az adott politikai közösséget milyen értékek, tapasztalatok és közös vonatkoztatási pontok kötik össze, illetve milyen társadalmi csoportok, rétegek képviselőire hivatottak. Az állampolgárokról is sok szó esik, de általában csak az adott közösség által reprezentálni kívánt társadalmi csoportként (pl. „nép” vagy „nemzet” a jobboldali közösségekben, „bérből és fizetésből élők” a baloldalon), nem pedig a politikai közösség részeként beszélnek róluk. E trend alól egyedül a népi radikálisok jelentenek kivételt, ahol Csurka István sokat foglalkozik azzal, hogy az állampolgárok mindennapi életében mit is kell, hogy jelentsen a politikai közösséghez tartozás.

A második korszakban a diskurzusok továbbra is jelentős részben a közösségek önmeghatározásáról szólnak, azonban ezt már sokkal kevésbé a politikai elit szintjén végzik el. Először is megfigyelhető a közösségek tágítása. Elsősorban a jobboldaliak diskurzusai fókuszálnak arra, hogy az állampolgárok szintjén is értelmezzék a politikai közösség mibenlétét, de a korszak végére a baloldalon is megfigyelhető ilyen törekvés. A liberálisok az értelmiségi holdudvar státuszával és a közösségben betöltött szerepével kezdenek el élenkben foglalkozni, ebbe az irányba tágítva saját határaikat. Másodsorban a korábbinál nagyobb hangsúly helyeződik a politikai ellenfelekkel kapcsolatos diskurzusokra és metaforákra. Egyre több diskurzus foglalkozik azzal, hogy a politikai ellenfelek mit csinálnak a politikai térben, és az adott politikai közösség kiket és miket utasít el határozottan. Ezek a diskurzusok az önmeghatározást a visszajáról végzik el, azt mutatják meg, hogy mivel szemben határozzák meg magukat az egyes közösségek.

A harmadik korszak politikai diskurzusai elsődlegesen a feladatokra fókuszálnak. Azzal foglalkoznak, hogy az adott politikai helyzetben milyen feladatokat és hogyan kell ellátni, milyen célokat kell elérni. E diskurzusok jelentős része helyzetleíró és cselekvés kijelölő funkcióval bír.

Az egyes korszakokat inkább jellemző diskurzusok és metaforák máskor is megjelennek: például feladatki-jelölések természetesen korábban is felbukkannak, ahogyan önmeghatározásra törekvő diskurzusok a harmadik korszakban is láthatók. A változások inkább a hangsúlyokban érzékelhetők.

Diskurzus- és metaforagenealógiák

Az alábbiakban a magyar politikai közösség legfontosabb diskurzusainak és metaforáinak alakváltozásait mutatom be. Azokat a diskurzus- és metaforacsoportokat tekintem a legfontosabbaknak, melyek, bár eltérő megjelenési formákban, de a teljes magyar politikai közösségre vagy annak nagy részére jellemzők voltak. A jelen áttekintés nem tér ki azokra, melyek csak egy-egy közösségben játszottak fontos szerepet, ugyanakkor az ilyen tartósan és intenzíven jelenlévő diskurzusok és metaforák mindegyike valamilyen formában más közösségben is megjelent, ezért az átvételek leírásával az egyes közösségek legfontosabbjait is érintem.

Nemzet

A nemzet metaforája mindenütt megjelenik, mindenhol kirajzolódnak értelmezések politikai jelentésével és jelentőségével kapcsolatban, használatában azonban jelentős eltérések tapasztalhatók. A jobboldalnál érték-töltettel bír, a politikai tér kijelölésére, politikai célok meghatározására szolgál, és identitás meghatározó tartalommal rendelkezik. A baloldalon- és a liberálisoknál a metafora és a körülötte kirajzolódó diskurzusok nem rendelkeznek ilyen funkciókkal, elsősorban leíró, értelmező módon használják a fogalmat.

A jobboldalon a nemzetet kulturális nemzetként fogják fel. A fogalom pontos leírására azonban kevésbé törekednek, inkább az érzület és a személyes élmény szintjén ragadják meg a jelentését. E nemzetfelfogás miatt is lehet a „nemzeti” kategóriának identitáskijelölő szerepe: a nemzethez tartozás nem adottság, mint a baloldalon és a liberálisoknál, hanem személyes viszony kérdése. A nemzet több, mint az azt alkotó emberek összessége, kollektív, meghatározott specifikumokkal rendelkező létezőként és cselekvőként fogják fel, ami ennek megfelelően önálló, jól meghatározható érdekekkel rendelkezik. Ez az érdek elsődlegesen a megmaradáshoz, a fennmaradáshoz és a gyarapodáshoz kapcsolódik. A határon túli magyarok védelme ezeknek az érdekeknek a szimbolikus, bár nem kizárólagos reprezentánsa. A jobboldali politikai közösségek saját elsődleges politikai céljuknak a világosan meghatározható nemzeti érdekek következetes érvényesítését tekintik, ezek ugyanis konkrét politikai lépésekre fordíthatók le. Ebben a felfogásban a nemzeti érdekekhez és az ezekből levezetett konkrét lépésekhez fűződő viszony alapján felosztható a politikai tér: vannak, akik a nemzeti érdekeket képviselik, és vannak, akik nem; kétség sem férhet ahhoz, hogy a nemzeti oldalt a jobboldali politikai tábor reprezentálja.

A jobbközép és a népi radikálisok között fontos különbség, hogy az utóbbiak kommunikációjában a nemzet léte állandó és súlyos fenyegetettség alatt áll, itt különösen nagy hangsúlyt kap a külső és belső ellenségekkel szembeni határozott védelem. A védelemre viszont csak a népi radikálisok képesek, a jobbközép ugyanis együttműködik az ellenségekkel. A fenyegetettség elsődleges metaforája Trianon, amely nem csak a nemzetet ért múltbeli igazságtalanság és veszteség hordozója: a jelenbeli veszélyek mértékét is gyakran a Trianonnal vont párhuzam segítségével érzékeltetik.

A liberálisoknál és a baloldalon a nemzet gyakran merül fel úgy, mint amivel kapcsolatban az adott közösség viszonya nem tisztázott. A tisztázás azonban fontos, hiszen az ellenoldalak legfőbb vádja az, hogy nem nemzetiek.

A metafora a liberális oldalon kisebb hangsúlyt kap: az az álláspont rajzolódik ki, hogy a nemzetet politikai közösségként kell felfogni, a fogalmat neutrálisan, az erkölctől elválasztva kell kezelni, továbbá, a nacionalizmus komoly veszélyt jelent a társadalomra nézve.

A baloldalon nagyobb vitákat vált ki a kérdés. A jobboldal által megfogalmazott vád, miszerint a baloldal nem elég nemzeti, a közösségen belül is gyakran visszhangra talál: a kilépések és a belső hatalmi harcok során gyakran jelenik meg a nemzethez való viszonyulás kérdése, mint az ide tartozók közötti töréspont; a közösség több tagja is magát a baloldal „nemzeti” vagy „népi” oldalához sorolja.

A baloldalon domináns nemzetfogalom a politikai közösséget állampolgárok összességéként fogja fel, melybe a társadalom minden tagja beletartozik. A nemzet érdekei ezért nem mások, mint az azt alkotó emberek érdekei. Mivel pedig a baloldal felfogásában az állampolgárok elsősorban gazdasági érdekekkel rendelkeznek, ezért a nemzet érdekei alapvetően megegyeznek az állampolgárok összességének anyagi érdekeivel, a nemzet gazdasági érdek- és szolidaritásközösséget jelent. Következésképpen a határon túli magyarokkal kapcsolatos kérdések nemzeti szempontból nem fontosabbak, vagy akár kevésbé fontosak, mint az anyarszági magyarok gazdasági érdekei.

Szintén gyakran hangsúlyozzák, hogy bár a nemzethez tartozásnak vannak érzelmi elemei is, ez alapvetően személyes kérdés. A politikának a nemzethez és a nemzeti kérdésekhez racionálisan kell közelítenie, nem szabad érzelmi kérdést csinálni politikai ügyekből a nemzetre hivatkozva. Ezen az általános felfogáson belül az egyes időszakokban vannak kisebb-nagyobb különbségek. Az első korszakban a baloldalon jellemzővé válik az a nézet, hogy a nemzet fogalma tartalmilag üres, politikailag használhatatlan, sem célok kijelölésére, sem identitások meghatározására nem alkalmas. A második korszakban Medgyessy Péter a nemzet metaforát a politikai integráció eszközeként tekinti, alkalmasnak látja a politikai különbözőségek áthidalására, így a másik közösség irányába tett gesztusok leírására és indoklására alkalmazza. Gyurcsány Ferenc a közös gazdasági érdekek előtérbe állítására használja fel a metaforát, és a baloldali nemzetszemlélet jobboldali nemzetképtől való élesebb elválasztása érdekében olyan új szavakat is bevezet, mint a patriotizmus és a hazafiság.

Az első két korszakban töltötték be kiemelkedő szerepet a nemzethez kötődő diskurzusok. A harmadik korszakban a jobboldali közösségekben a már diskurzusokhoz tartozó metaforák alkalmazása elegendő a korábban kialakított jelentések rögzítéséhez, a baloldalon pedig már nem történik újabb kísérlet a nemzeti metafora semlegesítésére, illetve átértelmezésére.

Nyugat, Európa

Az egész magyar politikai közösséget élénken foglalkoztatja a huszonöt év során a Nyugathoz és Európához való viszonyulás kérdése. A Nyugatnak és Európának nagyon hasonló a szerepe, mint a nemzeti diskurzusoknak, csak éppen ellenkező előjellel. A baloldali és a liberális közösségekben e metaforák értéktöltéssel rendelkeznek, alkalmasak a politikai tér leírására, politikai célokat jelölnek ki és identifikációs szerepet is játszanak. A két metafora használatában helyenként vannak árnyalati különbségek, de általánosságban ugyanazt értik rajta. A jobboldali közösségekben, bár szintén foglalkoznak a Nyugat és Európa kérdésével, e metaforák nem töltenek be ilyen szerepet.

A liberálisok és a baloldaliak számára a Nyugat és Európa a jó élet, a jó társadalom, a jó politika, a magasabb rendű kultúra hordozója, olyan valami, amihez jó lenne tartozni, megtestesítenek mindent, amit el akarunk érni, amire törekedni kell. A liberális közösségben ezen belül elsősorban a kultúra és a politikai jogok dimenziója kap nagyobb hangsúlyt, a baloldalon pedig az életszínvonal, a jólét rajzolódik ki élesebben, a harmadik korszak demokratikus ellenzékében pedig elsődlegesen a demokrácia és a szabadság szinonimájaként használják e fogalmakat. Akármilyen szemszögből nézik is, az általános diagnózis az, hogy Magyarország nagyon el van maradva a Nyugattól és Európától, ezért a politika elsődleges célja a felzárkózás kell, hogy legyen, nekünk is minden tekintetben európaivá kell válnunk. Ez jól meghatározható célok és lépések segítségével teljesíthető is, tehát a diskurzus itt is feladatkielölő szereppel bír és politikai cselekvéseket (pl. stabilizációs program, reformpolitika, konvergencia-program) indukál. A liberális és a baloldali közösség szerint e célok elérését a jobboldali szereplők veszélyeztetik, arra törekednek, hogy az országot elfordítsák Európától és egy magába zárkózó vagy éppen a Kelet felé orientálódó, fejletlen és kulturálatlan irányba fordítsák. A baloldalon és a liberálisoknál tehát a Nyugattal és Európával kapcsolatos diskurzusok szintén alkalmasak a politikai tér leírására: vannak, akik fel akarják zárkóztatni az országot Európához és vannak, akik nem, sőt, el akarják azt fordítani a Nyugattól. A liberálisok még a baloldal valódi európaiságát is megkérdőjelezi helyenként, kizárólag maguknak vindikálva ezáltal az „európaiság” címkéjét. A Nyugat és Európa metaforájának az egész korszakban van identifikációs szerepe is, de ez a harmadik korszakban különösen felerősödik. Ekkor a demokratikus ellenzék tagjai egyre gyakrabban írják le magukat „európaiként”, e címke használatával határolódva el a jobboldali közösségektől.

A jobbközép és a radikális jobboldal Nyugat- és Európa-diskurzusában csak az a közös pont, hogy nem fogadják el e metaforákat érték- és identitáskategóriaként. A jobbközép politikai közösségben pragmatikus felfogás uralkodik a nyugati integrációval kapcsolatban: a Nyugattal való kapcsolatok szorosabbá tétele jól meghatározható, elsősorban anyagi természetű előnyökkel jár, ezért az integrációt elfogadják célnak. Éppen ezért egyetértenek az ehhez nélkülözhetetlenül szükséges lépések megtételével. Ahhoz azonban ragaszkodnak, hogy ebben a kapcsolatban a felek egyenrangúak, Magyarország semmilyen tekintetben nem alacsonyabb rendű vagy kevésbé európai, mint más országok. Magyarország Európa és a Nyugat része volt mindig is, mi épp annyira Európa vagyunk, mint bármelyik másik, nem posztszocialista ország, ezért nincs értelme valami speciális, ránk nem jellemző „európaiságról” beszélni. Bár a szerencsésebb történelmi helyzet miatt Nyugat-Európa országai a gazdasági fejlődés magasabb fokán állnak, semmilyen más tekintetben nem előrehaladottabbak vagy „jobbak”. Sőt, a jobbközép közösségben gyakran megjelenik a globális nyugati kultúra értéktelenségének gondolata, ami ráadásul komolyan veszélyezteti a valódi értékkel bíró nemzeti kultúrát. A Nyugat erkölcsi piedesztálra emelése pedig már csak azért sem indokolt, mert a nyugati országokhoz mind a múltban, mind a jelenben súlyos bűnök kötődnek, amelyekről előszeretettel beszélnek is a jobbközép politikai szereplők. Összességében tehát nem másolni kell a Nyugatot, hanem saját nemzeti specifikumainkat

megőrizve, minél több előnyhöz jutni a gazdagabb partnerekkel folyó, egyenrangú felek között zajló együttműködésből.

A radikális jobboldal ellenségesen viszonyul a nyugati integráció egészéhez, Nyugat- és Európa-képe a „háttérhatalom”, a „zsidó” és a „Trianon” metaforákhoz kapcsolódik. Véleményük szerint a globális folyamatokat idegen (pénz)érdekek által motivált, nagyrészt zsidók által dominált összeesküvés irányítja, mely a nemzeteket és ezáltal a magyarságot létében fenyegeti és veszélyezteti. Ezért a nyugati integráció minden formájával elutasítóak, nem fogadják el, hogy az együttműködésből származó előnyök ellensúlyoznák a veszteségeket. A nyugati integráció kapcsán rendszeresen megjelenik a Trianon-metafora, mint a nemzetközi kiszolgáltatottságból fakadó nemzeti veszteség jelképe.

Renddel, stabilitással, nyugalommal kapcsolatos diskurzusok

A magyar politikai közösség gyakran beszél arról, hogy a politika egyik legfontosabb feladata a rend és a nyugalom biztosítása. Ez a gondolat nincsen markánsan jelen minden időszakban és minden közösségben, és nem is ugyanúgy beszélnek róla az egyes politikai oldalak, mégis sokszor és sok helyen megjelenik a huszonöt év során.

A jobbközépen csak az első korszakban kap nagyobb hangsúlyt az, hogy a politikának fontos szerepe van az állampolgárok nyugalmanak biztosításában, ez ekkor kifejezetten a politikai stabilitásra vonatkozik. A rendszerváltást követő első években a jobbközép szereplők gyakorta hangsúlyozzák, hogy a legfontosabb cél a politikai stabilitás fenntartása, és a kormány egyik legnagyobb sikerének is ezt tekintik.

A radikális jobboldali kommunikációban azonban az egyik legfontosabb témának és célnak számít a rend. A közösség tagjai szerint az országban rendtelenség van, ami a hazai és nemzetközi politikai elitek, valamint a társadalom rendet nem tisztelő elemeinek felelőssége. Bár a politikai elit szintjén érzékelhető rendtelenségre (pl. korrupció) is nagy hangsúlyt helyeznek, a második korszaktól a figyelem egyre inkább a közbiztonságra irányul. A társadalom ugyanis jó és rossz, együttélésre alkalmas és alkalmatlan emberekre osztható fel. Az utóbbiak – sok esetben cigányok – nem tisztelik a rendet, és megkeserítik az előbbieket. Az államhatalomnak aktívan fel kell lépnie a rend biztosításáért, a politika aktív szerepvállalása, szigorú törvények, azok betartatása és súlyos, elrettentő erővel bíró büntetések szükségesek a rend megteremtéséhez. Ha az államhatalom erre képtelen, akkor a politikai közösség tagjainak politikai felhatalmazás hiányában is feladata fellépni a rend megteremtése, a társadalom „rossz” elemeinek megfékezése érdekében.

A mindennapok biztonságának és nyugalmanak biztosítása a baloldalon is a politika egyik elsőrendű feladatának számít. A közösség úgy érzi, hogy a jobbközép kormányzása és politizálása veszélyezteti ezt. A jobbközép ugyanis az emberek mindennapi életébe is beleszól, és a politikai megosztottságot a választók egymás közötti viszonyaira is kiterjeszti, politikai alapon szít viszályt a mindennapokban. A nyugalmat és biztonságot ezért itt éppen a politikával szemben kell biztosítani, a politikának ki kell vonulnia az emberek hétköznapi életéből, nem szabad beleszólnia abba, hogy kinek hogyan kellene élnie. A nyugalom és biztonság másik feltétele az általános jólét: a politika feladata, hogy a hétköznapi emberek anyagi érdekeit szolgálja, és mindenki számára biztosítsa a mindennapi élet alapvető biztonságát. A jobbközép politizálás ezt is fenyegeti, mert társadalompolitikájával csak a felsőközéposztályt támogatja, az emberek jelentős részét kiszolgáltatottságban tartja. Gyurcsány Ferenc miniszterelnökké választása után az addig mindvégig nagy jelentőséggel bíró nyugalomra és biztonságra fókuszáló baloldali diskurzus háttérbe szorul, ugyanis az általa meghirdetett politika jelentős társadalmi változásokat irányoz elő, és az állampolgárok szemléletének és hozzáállásának megváltozását is erőteljesen szorgalmazza.

A liberális közösségben a renddel vagy nyugalommal kapcsolatos metaforák és diskurzusok nem kerülnek előtérbe.

Gyűlölet

A magyar nyilvánosságban folyamatosan és markánsan jelen van az a gondolat, hogy a politikai táborok gyűlölik egymást, politikai aktivitásukat mások gyűlölete lengi körül. Bár az egyes közösségek eltérő szereplők gyűlöletét érzik magukon, nagyon hasonló módon beszélnek az ezzel kapcsolatos tapasztalatukról: az ellenfél nemcsak politikai ellenszenvet táplál a közösség tagjai irányába, hanem személyükben gyűlöli őket, és célja a magyar politikai közösségből való kirekesztésük, vagy egyenesen a megsemmisítésük. A gyűlölet tárgyává válás az adott közösség tagjainak közös tapasztalataként tűnik fel, ami erősíti az összetartozás érzését.

A jobbközép a második korszakban beszél sokat a balliberális oldal feléje irányuló gyűlöletéről, és előszere-ttel idézi ennek különböző megnyilvánulási formáit. Zokon veszik, hogy az ellenoldal a jobbközép megszólalókat gyakran bélyegzi nácinak, antiszemitának és rasszistának. Gyűlöleten azonban nemcsak a közösség tagjait ért támadásokat értik, hanem ideveszik a közösség értékeinek és hagyományainak sértegetését is: e táborban a közösség megsértése összemosódik a tagjai sérelmével. A jobbközépen ekkor a gyűlölet ellenpontja is nagy figyelmet kap: sokat beszélnek arról, hogy miközben az ellenoldal gyűlölködik, őket a szeretet tartja össze.

A radikálisok körében visszatérő sérelem a kirekesztettség és a megbélyegzés közös tapasztalata. Úgy érzik, hogy a politikai elit ki akarja őket rekeszteni a tágabb politikai közösségből, nem hajlandók semmilyen kooperációra velük, és a média sem enged nekik teret. A megbélyegzés a közösség tagjainak állandó tapasztalata, a radikális jobboldali tábor tagjait a társadalom és a politika elit jelentős része is folyamatosan minősíti, megveti és gyűlöli. A kívülállás az idetartozás markáns identifikáló eleme.

A baloldalon az első korszakban folyamatosan hangoztatott sérelem, hogy a közösség tagjait a múltbeli szerepük miatt a nyilvánosság többi szereplője állandóan megbélyegzi, és ki akarja szorítani a politikai életből. Ez nemcsak a politikai elit élménye, hanem újságírók, szakszervezeti tagok és egyszerű állampolgárok is gyakran panaszkodnak erre. Az MSZP felvállalja a múltja miatt megbélyegzett társadalmi csoportok képviselését, és a politikai nyilvánosság fórumain gyakorta hangoztatja, hogy az 1990 előtt viselt szerep miatt senkit nem érhet megkülönböztetés, hiszen valójában mindenki együttműködött a Kádár-rendszerrel, mindenki az adott körülmények között kereste a boldogulását, beleértve az akkori elit rendszerváltó tagjait is. Ráadásul a rendszerváltásban a baloldali közösség is elévülhetetlen érdemeket szerzett, nem lehet eltagadni tőlük ezt a szerepet. A második korszakban visszatérő gondolat, hogy a jobbközép polarizálta az országot, és a politikai elitek közötti ellentéteket a társadalom széles rétegében is érvényesülő gyűlöletté tágították. A baloldal feladata eszerint az „árkok” betemetése, a gyűlölködés megszüntetése, a társadalom integrálása.

A liberálisok a jobboldal gyűlöletét érzik magukon. A jobboldal egyik legerősebb kötőszöve az irányukba táplált gyűlölet. Ráadásul a magyar politikai közbeszéd markáns eleme a zsidózás, ami szintén általában a liberális közösség tagjaira irányul. A zsidózás általában nem expliciten jelenik meg, sokkal általánosabban jellemzi a közbeszédben, mint az első ránézésre látszik. A liberálisok úgy látják, hogy a jobboldal kettős beszéddel, virágnyelven, rejtjelezve használ antiszemita toposzokat: mindenki tudja, hogy mire utalnak, kire irányul a gyűlölet, anélkül is, hogy a „zsidó” szó megjelenne a kijelentésekben.

Demokráciavédelem

A demokráciavédelem a baloldali és a liberális közösségben kiemelt diskurzus, mindkét táborban a huszonöt év egészen végighúzódik a téma. A Nyugat és Európa metaforák mellett ez az a diskurzus, ami hidat képez a két közösség között, és a politikai együttműködés alapjává is válik. Már az első korszakban is a demokrácia védelmével indokolják a két, eredetileg egymással ellenséges viszonyban lévő tábor közeledését, a 2002-es és 2006-os koalíciókötésnél pedig szintén kiemelt érv a demokrácia megvédésének a szándéka. 2010 után a

demokráciavédelem annyira kiemelt diskurzussá válik, hogy ennek keretében rajzolódnak át a politikai közösségek határai: a korábbi liberális és baloldali tábor a demokratikus ellenzékben egyetlen közösséggé olvad össze.

A két közösségben az első korszak óta állandóan jelenlévő gondolat, hogy a jobboldal súlyos veszélyt jelent a demokráciára. A radikálisok egyértelműen antidemokratikus, náci és fasiszta eszméket vallanak. A jobbközép szintén nem tiszteli a demokrácia írott és íratlan szabályait, ráadásul hol nyíltan, hol álcázva, de együttműködik a radikális jobboldallal. Ezért állandó veszélyt jelent, hogy kormányra kerülve hatalmi pozícióba juttatják a náci és fasiszta erőket. A két közösség között nincsenek is éles határok, eszmei és személyi szinten is sok hasonlóság van a jobbközép és a radikális jobboldal között. A 2000-es évek elejétől a diskurzus elsődlegesen Orbán Viktor személyére fókuszál, aki antidemokratikus, a hatalmi céljai elérése érdekében mindenre képes politikusként jelenik meg. A liberálisok és a baloldal elsődleges – a harmadik korszakban már kizárólagos – feladata a demokrácia megvédése, illetve helyreállítása. A diskurzust erőteljes párhuzamok és visszatérő metaforák jellemzik, melyek ugyanúgy jelennek meg a baloldali és liberális közösségekben.

A jobboldali közösségekben az első két korszakban nem alakulnak ki ezzel szemben határozott ellendiskurzusok. A harmadik korszakban viszont a jobbközépen egyre több szó esik arról, hogy mit is értenek demokrácián, és ez miben más, mint a balliberális oldal demokráciafogalma. Ebben a felfogásban a demokrácia nem más, mint az állampolgárok akaratának minél közvetlenebb érvényesülése, a demokratikus politika feladata azt tenni, amit az állampolgárok akarnak. A demokrácia működéséhez fontos továbbá a jogszabályok betartása. A hatalommegosztás, a fékek és egyensúlyok, a független intézmények, a kiegyensúlyozott politikai versengés feltételei nem jelennek meg a fogalom részeként, a demokratikus ellenzék pedig ezeken a területeken érzékeli a demokrácia leépítését.

Liberalizmus

A liberalizmus mivoltáról való gondolkodás a liberális közösség egyik legfontosabb és legtartósabb diskurzusa. Már a kezdetektől állandó viták folynak arról, hogy mit is jelent a liberalizmus, és miben is áll a liberális politika. Ezek a viták a közösség fontos kötőszövetének tűnnek, miközben a metaforával kapcsolatos eltérő álláspontok belső tagolódást is eredményeznek. Folyamatos igény mutatkozik arra, hogy a fogalomnak elméleti és gyakorlati jelentőséget is adjanak, az első korszakban azonban inkább az elméleti, a másodikban a gyakorlati szempontok kerülnek előtérbe. Abban is változás látszik, hogy míg az első korszakban a szabadságjogokra fókuszáló liberalizmus-felfogás jelenik meg hangsúlyosabban, a második korszakban a fogalom gazdaságpolitikai arcéle domborodik ki.

A jobbközép közösségben szintén sok szó esik arról, hogy mi is a liberalizmus és hogyan is kell viszonyulni hozzá. Orbán Viktor már az első korszakban, ekkor még a liberális közösség tagjaként, kísérletet tesz egy, az SZDSZ és holdudvara által képviselt liberalizmus-felfogásoktól eltérő koncepció megfogalmazására, és e megkülönböztetést azzal is jelzi, hogy gyakran szabadelvűségről beszél liberalizmus helyett. E felfogás hangsúlyos eleme, hogy olyan liberalizmus fogalomra van szükség, ami a nemzet kérdését és a kollektív jogokat is magába képes foglalni. A második korszakban a jobbközép élesen megkülönbözteti egymástól a klasszikus és a modern liberalizmust. Az előbbi fontos célokat tűzött ki maga elé, és ezeket sikeresen el is érte, tehát manapság már nem relevánsak, nem képezik a politikai cselekvés eszmei forrását. A modern liberalizmus azonban a politikai korrektség jegyében szellemi hegemoniára törekszik, nem is sikertelenül, és egyedüli igazságként tünteti fel saját ideologikus nézeteit. A jobbközép közösség azonosul a szabadság értékével, de ma a szabadság már nem egyéni szinten problematizálódik, hanem a közösség, a kollektív létező szintjén. Az egyén ma már szabad, ezzel a kérdéssel már nincs értelme foglalkozni, a nemzet szabadsága és szuverenitása azonban fenyegetés alatt áll. A szabadságot tehát a nemzet szintjén kell értelmezni és védeni.

Polgár

A második korszak legfontosabb metaforája, melynek a birtoklása és értelmezése körül küzdelem bontakozik ki a jobbközép és a baloldal között.

A fogalom először a jobbközépen válik fontossá: a „polgár” az 1998-as kampány és a 2002-ig tartó jobboldali kormányzás kulcsfogalma. A jobbközép az első korszakban a társadalomról és a politikai közösség állampolgári szegmenséről elsősorban a nép fogalomkörében fogalmazott, de a nép metafora egyre inkább a radikális jobboldal szemiotikai erőforrásai közé került. A „polgár” a politikai közösség állampolgár-képére utal, és egyben identifikálja is a jobbközép állampolgárokat. A fogalom jelentése mindvégig nyitott marad, nagyon sokat használgák önmaguk leírására, de részletes értelmezésére ritkán történik kísérlet. A használat alapján úgy tűnik, hogy a metafora életminőséget testesít meg, a nyugati, szabad ember ideáját, ami egyszerre képes jelenbeli identitást és a politikai törekvéseket vezérlő távlati célt kínálni a közösség tagjai számára. A polgár képes összekötni a politikai identitást és a mindennapokban megélt önazonosságot, de a fogalom nyitottsága lehetővé teszi, hogy annak konkrét tartalmát és megélését mindenki önállóan formálja.

A baloldal sokáig a jobboldal megosztási kísérletét szolgáló fogalomnak minősíti a „polgár” metaforáját. A „nemzeti” kategóriájához hasonlóan tartalmilag üresnek, politikailag semmitmondónak, melynek funkciója, hogy az állampolgárokat morális alapon megossza, segítségével különbséget lehessen tenni a „jó” és a „rossz” között. Ez a hozzáállás a 2000-es évek közepétől változik meg, amikor Gyurcsány Ferenc maga is intenzíven használni kezdi a fogalmat, és be is jelenti, hogy a közössége nevében igényt tart a metafora jobbközéptől való „elhódítására”.

Gyurcsány a fogalom tartalmi meghatározására is kísérletet tesz, hogy ezáltal mutasson rá arra, hogy nem Orbán Viktor és a Fidesz az, ami polgári politikát folytat, hanem az általa irányított baloldal. Itt a polgár az állampolgár ideáltípusa, olyan elérendő állapot, ami felé törekedni kell, és ami kijelöli a politika és a társadalom feladatát. A polgár az öntudatos, racionális, önmagáért felelősséget vállaló, ezáltal autonóm és valóban szabad egyén. Ennek ellentéte a boldogulásában az államtól függő, ezért annak teljesen kiszolgáltatott kispolgár, aki igényli a politika gondoskodását. Bár a Fidesz polgárokról beszél, valójában ez utóbbi állampolgárképre építi politikáját, a paternalista kispolgár önzésének a kiszolgáltatásával próbál támogatást szerezni. Ezzel szemben a gyurcsányi reformpolitika célja a polgárosodás elősegítése, az emberek valódi polgárrá változtatása. Ezért nem a jóléti intézkedések állnak a politikája középpontjában, hanem az egyéni felelősségvállalás erősítése, a teljesítményelv, a versenyszemlélet, a versenyképesség erősítése, a humán tőkébe való beruházás, a felzárkóztatás és a hatékony államigazgatás.

A 2000-es évek második felétől a jobbközép nem alkalmazza a metaforát, a baloldal kommunikációjából pedig 2009-től kopik ki a fogalom.

Korszakváltás

A korszakváltás a harmadik korszak központi metaforája, amely a jobbközép és a baloldali/demokratikus ellenzéki táborban is kiemelt szerepet játszik. Bár a diagnózis fő körvonalaiban a közösségek egyetértenek, a részletek tekintetében fontos eltérések vannak, ami miatt a metafora a közös kiindulópontok ellenére sem tud integratív szerepet játszani a magyar politikai közösségben.

Már a harmadik korszak elejétől kezdve mindkét közösség azt hangsúlyozza, hogy a politikában korszakváltásra van szükség, a korábbi működésmód válságba jutott, nem tartható fenn, ezért radikális változásra van szükség. A jobbközép azonban a korszakváltást kiterjesztettebben értelmezi, mint a baloldal. Nem csak nemzeti keretek között veti fel a radikális változás szükségességét, ugyanis a válságot globálisnak látja, ráadásul nemcsak a politika szintjén érzékeli, hanem a gazdasági, kulturális és erkölcsi vetületét is hangsúlyozza. Eszerint a '68-as erkölcsi szemléletre és a (neo)liberális gazdaságfilozófiát képviselő washingtoni konszenzusra épülő teljes nyugati társadalmi rendszer és gondolkodás omlott össze. Ezért olyan új korszakot kell

nyitni, ami szakít az egész korábbi időszakot meghatározó gondolkodási paradigmával, és a politikai és gazdasági változás mellett, azzal szorosan összefonódva, kulturális és erkölcsi átalakulást is indukál. Hazai szinten ezt a változást egy új alapokra helyezett politikai működésmód tudja megvalósítani, hiszen a rendszerváltás és az azt követő korszak sikertelennek bizonyult, mely kudarc elsődleges okozója és metaforája a baloldali és liberális politikai elit. A korszakváltás eszköze a választásokon szerzett kétharmados többség, ami egyszerre lehetőség, felelősség, feladat és versenyelőny is a változó hazai és globális viszonyok között.

A baloldal válságértelmezése ennél jóval szűkebb, ugyanakkor kevésbé egységes, mint a jobbközép közösségben. Abban egyetértés van, hogy az uralkodó politikai elit és az általa folytatott politika megbukott, mert gyengén és korrupt módon kormányzott, becsapta és megtévesztette az embereket, megosztottságot szított. Ez az értelmezés azonban a politikai elit egészére vonatkozik, a jobbközép elit ugyanolyan felelős a kialakult helyzetért, mint a baloldali és liberális politikai osztály, őket ráadásul nem csak a kormányzati szerepükért terheli felelősség, hiszen erőszakos, megosztásra építő és populista ellenzéki politikájuk jelentősen hozzájárult a baloldali kormányzás felelőtleniségéhez is. A válság azonban a jobbközép felfogással ellentétben csak a hazai politikai elit működésében áll fenn, csak politikai korszakváltást tesz szükségessé, gazdasági, kulturális, erkölcsi és globális szintű átalakulás nincsen napirenden.

A korszakváltás szükségességét tehát közmegegyezés övezi a közösségen belül, abban azonban nincs egyetértés, hogy a leváltani kívánt korszak és az ebben érintett szereplők felelőssége meddig terjed. Sőt, ez a kérdés súlyosan megosztja a közösség tagjait, és a demokratikus ellenzék belső tagolódását is elsősorban az ebben a kérdésben elfoglalt álláspont magyarázza. Gyurcsány Ferenc az őszi beszédet értelmezi korszakhatárként, mint ami szakított a korábbi elitek politikájával, és új alapokra helyezte annak működésmódját. Mások az őszi beszédben éppen az elitek árulásának a megnyilvánulását látják, és ekképpen azt a meghaladni kívánt korszak részeként tüntetik fel. Bajnai Gordon és támogatói 2009-re helyezik a megelőző és az új korszak határát, hiszen értelmezésük szerint a Bajnai-kormány politikája volt az, ami radikálisan szakított a korábbi évek működésmódjával. Sokan azonban a jobbközéphez hasonlóan 2010-re helyezik a korszakhatárt, és a 2010 előtti korszak politikájával és elitjével való szakítás szükségességét hangsúlyozzák. Abban sincsen egyetértés, hogy mikor kezdődött az elutasítandó korszak. Egyes értelmezések a rendszerváltástól eltelt időszakot egységesnek tekintik, mások azonban kiállnak a rendszerváltás mellett, és azt hirdetik, hogy az elitek árulása 2001-ben következett be. A 2002-től tartó balliberális kormányzatok tehát részei az elutasított korszaknak, a lejtmenet elindítója azonban eszerint az első Fidesz-kormány volt, amely költségvetési fegyelmezetlenségével és túlzó ígéreteivel ördögi spirálba taszította a magyar politikai elitet.

A korszakváltás igénye sok esetben felveti a politizálás módjának az átalakítását is. Népszerű gondolattá válik a politikusok helyettesíthetősége: az időszak első felében a szakértők politikai szerepvállalása tűnik kívánatosnak, míg 2010 után a civil szereplők.

A radikális jobboldalra külön diskurzusként nem jellemző a korszakváltás gondolata, hiszen a differenciálatlan elitellenesség mindig is karakteres eleme a közösség politikai gondolkodásának. Az uralkodó elit leváltásának igénye és a radikális változás ígérete itt a kezdetektől visszatérő és meghatározó toposznak számít.

Diskurzus- és metaforafajták

A politikai diskurzusok és metaforák jelentős része hasonló kérdések körül bontakozik ki minden közösségben. Az alapkérdések ugyanazok: Kik vagyunk mi? Hol helyezkedünk el a politikai térben? Mi a helyzet, mi a kihívás? Mi a teendő az adott helyzetben? Hogyan kell politizálni, illetve miben is áll a politika? A korszak során megfigyelhető diskurzusok és metaforák ezen az alapon tipizálhatók. Léteznek identifikáló, politikai térre vonatkozó, helyzetleíró, cél- és cselekvéskijelölő és a politika felfogással kapcsolatos diskurzusok és

metaforák. A korszakban megfigyeltek mindegyike elhelyezhető e szempontok szerint, egy diskurzus azonban akár több kategóriához is tartozhat. Az alábbiakban a korábbi kötetekben részletesen bemutatott diskurzusokat helyezem el e tipológiában.

Identifikáló metaforák és diskurzusok

A metaforák és diskurzusok jelentős része a közösség mibenlétét rögzíti és firtatja: a közösség tagjairól, az értékeiről, közös élményeiről és tapasztalatairól szól. Az első és a második korszakban egyértelműen ez az irány uralta a magyar politikai közösség kommunikációját, a harmadik korszakban viszont kisebb hangsúlyt kapott.

A jobbközép első korszakából a nép és a nemzet metaforája tartozik ide, melyek a képviselni kívánt társadalomképről és értékrendről szólnak. A közösség a második korszakban különösen sokat foglalkozik saját magával. A polgár, a közösség, a szeretet, a szolidaritás, a nemzet, a párhuzamos társadalom, a nemzeti ügyek, a középosztály és a kulturális pesszimizmus metaforája és diskurzusa egyaránt ide tartozik. Ezek nemcsak a tábor mibenlétéről és legfontosabb értékeiről beszélnek, hanem a saját támogatói számára is eszményeket és a mindennapi életben követhető mintákat kínálnak fel. Az értékeket néhol a visszajáról mutatják fel, mint a kulturális pesszimizmus diskurzusa esetében, ahol az elutasítandó jelenségek gyakori tárgyalása mutatja fel a közösség számára fontos dolgokat. A harmadik korszakban a közösség a metaforák és diskurzusok szintjén már kevésbé foglalkozik magával, a jelentések már rögzültek, bármikor könnyen felidézhetők.

A radikális jobboldalon az 1956, Trianon és a nép metaforája az, ami az önmeghatározásban fontos szerepet játszik. Az utóbbi a jobbközép közösséghez hasonlóan a politikai identitás mindennapokban való megélésére is fókuszál, az előbbi kettő pedig számos olyan jelentést hordoz, amelyek fontos szerepeket töltenek be a radikális identításban. Ilyenek az ellenállás, az igazságtalanság elleni küzdelem, az emlékezés fontossága, a külső hatalmaknak való kiszolgáltatottság, a nemzethalál fenyegetése, a nemzeti érdekek elsődlegessége, a nemzetvédelem, az egymásrautaltság. Ezek közül igazán tartósnak Trianon metaforája bizonyul.

A baloldali és liberális közösségekben az identifikáló diskurzusok általában az értékek mibenléte körüli vitákban vannak jelen. A liberálisoknál ilyen az első két korszakban egyaránt jelentős liberalizmus diskurzusa, míg a baloldalon az identifikációs- és értékdiskurzus tartozik ide, amely a baloldaliság és a szociáldemokrácia mibenlétéről folytatott vitákat foglalja magában. A liberálisoknál a második korszakban fontos identifikáló tényezővé válik a holdudvar diskurzusa is, amely a párt körüli értelmiség szerepével foglalkozik. A baloldalon az első két korszakban a múltbeli szereppel kapcsolatos diskurzusok sorolhatók még ide, hiszen a közösség tagjainak közös tapasztalata az, hogy a múltbeli szerepvállalásukért érik őket támadások.

Figyelemreméltó, hogy míg a jobboldali közösségekben az identifikáló diskurzusok általában összekötik az adott tábor, mégpedig azzal, hogy közösen osztott jelentéseket mutatnak fel, a liberálisoknál és a baloldalon éppen ezek körül a diskurzusok körül bontakoznak azok a viták, amelyek e csoportokat belülről élesen megosztják.

A politikai térre vonatkozó metaforák és diskurzusok

Minden közösség kísérletet tesz arra, hogy értelmezze a magyar politikai tér egészét és azon belül meghatározza saját pozícióját. Az erre irányuló metaforák és diskurzusok elsősorban a második korszakban kerülnek előtérbe. A jobbközépen a második korszakból ide tartozik a két Magyarország, a kettős mérce és a gyűlölet metafora és a liberalizmus diskurzusa. Ezek elsősorban a politikai tér kétfelé osztásával és a két tábor viszonyával foglalkoznak. A radikális jobboldalon idesorolható a harmadik út metaforája, amely a közösséget a két egymással is rivalizáló további tábor alternatívájaként jeleníti meg. A liberálisoknál a politikai térre vonatkozó értelmezések a populizmus, a gyűlölet, a zsidózás, a félelem, a fenyegetettség első korszakbeli, és a korrupció második korszakbeli metaforájában és diskurzusában jelenik meg. A baloldalon a második korszak

polarizáció/integráció diskurzusa foglalkozik a politikai térrel, mely szerint a jobboldal a társadalom politikai alapú megosztására, míg a baloldal annak integrálására törekszik.

Természetesen sok más diskurzusban és metaforában is megjelenik a saját politikai tábor megkülönböztetésére alkalmazható elem, de a bemutatott szemiotikai erőforrások azok, amelyek jelentős részben erre az aspektusra fókuszálnak.

Helyzetleíró metaforák és diskurzusok

Sokféle helyzet megragadására történik kísérlet a huszonöt év során, ilyen metaforák és diskurzusok minden időszakban és minden közösségben jelen vannak. A jobbközép a Nyugat és Európa, a 2002-es vereség, a kulturális pesszimizmus diskurzusa, valamint a következmények nélküli ország és a korszakváltás metaforája sorolható ide. A radikális jobboldal helyzetleírásai a zsidók, a cigányság, a bűn és bűnözés diskurzusaiban, valamint a Trianon és a háttérhatalom metaforában jelennek meg leginkább. A liberálisoknál a klientúra és a korrupció diskurzusa tesz kísérletet az aktuális politikai helyzet értékelésére, míg a baloldalon a korszakváltás diskurzus sorolható ide.

Ebből az áttekintésből jól látszik, hogy az egyes közösségek más és más problémákat láttak fontosnak. Itt is igaz az, hogy a helyzetértékelések más metaforákban és diskurzusokban is megjelennek, ezek azonban elsődlegesen a helyzet megragadására szorítkoznak, nem pedig az abból fakadó következmények levonására.

Cél- és cselekvéskijelölő metaforák és diskurzusok

A politikai közösségek sokat beszélnek arról, hogy mit is kellene tenni, mik az adott tábor legfontosabb feladatai. Ez szintén olyan metafora- és diskurzusfajta, ami minden időszakban jelen van, a harmadik korszakban azonban a korábbiakhoz képest nagyon súlyt kap.

A jobbközép az első korszakban a magyarság sorkérdései, a stabilitás és az országimázs, a második korszakban a nemzeti ügyek, a harmadik korszakban pedig a nemzeti függetlenségként és szuverenitásként értelmezett szabadság metaforájában és diskurzusában jelöli ki a közösség legfontosabb teendőit.

A radikális jobboldal az első korszakban a saját politikai küldetését az elsősorban a nemzeti megmaradásra fókuszáló élet és halál diskurzusban fogalmazza meg. A második korszakban a védelem és szembeszegülés, a harmadik út diskurzusban jelennek meg a közösség legfontosabb céljai, a harmadik korszakban pedig a rend foglalja össze a tennivalókat.

Míg a Nyugat és az Európa metaforák és diskurzusok a jobbközép esetében inkább helyzetleíró szerepet játszanak, a liberális és baloldali közösségekben ezek az elérendő célról szólnak, és politikai cselekvéseket jelölnek ki a szereplők számára. Mindkét közösségben mindvégig cél a demokrácia védelme is. A baloldalon ezeken kívül a nyugalom és biztonság, a polarizáció/integráció, a modernizáció, a harmadik korszakban pedig a reform diskurzus jelöl ki feladatokat a közösség számára.

Szembevetve, hogy a céljelölő metaforák és diskurzusok esetében a jobboldali közösségek, illetve a liberálisok és a baloldal között több átfedést vagy kapcsolódási pontot találunk, mint más fajtáknál. A jobboldal és a radikálisok egyaránt a nemzet sorkérdéseit vagy megmaradását tűzik zászlajukra, és a nemzeti szuverenitás biztosítását deklarálják célnak – jóllehet, mint azt korábban láttuk, a konkrét elképzelések jelentősen el is térnek egymástól. Ezzel szemben a liberálisok és a baloldaliak céljai egyaránt a nyugati integrációhoz és a demokráciavédelemhez kapcsolódnak. További közös célja a két tábornak a modernizáció és a reform, amit a baloldalon Gyurcsány Ferenc önálló diskurzusként is megfogalmaz, a liberális oldal viszont inkább ügynek tekint.

A politika-felfogással kapcsolatos metaforák és diskurzusok

Minden közösségben megjelenik a politika mibenlétéről és a jó politizálás módjáról való gondolkodás.

A jobbközépen az első korszakban a politikus, a mozgalom és a párt diskurzus, a másodikban az álom és a populizmus metafora, a harmadikban pedig a józan ész és a demokrácia diskurzus sorolható ide. Az első korszak diskurzusai elsősorban a politika autonómiáját hangsúlyozzák, a másodikban és a harmadikban nagyobb hangsúlyt kap az a felfogás, miszerint a politikának elsődlegesen a nép akaratát kell megjeleníteni és képviselnie.

A radikális jobboldal köreiből uralkodó metaforák és diskurzusok szerint a tabudöntögetés és az igazság ellenszélben való kimondása és képviselete a politika legfontosabb feladata.

A liberális közösség inkább a negatív oldaláról foglalkozik a politika mibenlétével, különösen az első korszakban beszélnek sokat arról, hogy a populista politizálás káros és veszélyes, és rajtuk kívül mindenki ilyen politikát folytat. A második korszak holdudvar diskurzusában az értelmiség politikai szerepe és jelentősége vetődik fel kérdésként, az erre adott válasz azonban a közösség tagjait is megosztja.

A baloldalon különösen sok szó esik a politika mibenlétéről: az első korszakban a főként Horn Gyula nevéhez köthető, általunk depolitizált pragmatizmusnak nevezett politikakép, míg a második korszakban a Gyurcsány Ferenc által képviselt repolitizált pragmatizmusként leírt diskurzus volt jelentős. Mindkettőre igaz, hogy a politika lényegének a hatalmi érdekektől és ideológiáktól függetlenített, közpolitikákra fókuszáló cselekvést tekintik, de míg a depolitizált változat a célok kijelölésében sem igényli a politikai szempontok megjelenését, a repolitizált pragmatizmus – a jobbközép álom metaforához hasonlóan – a politikai folyamatok és értékek szerepét éppen az elérendő vízió meghatározásában látja. Az utóbbi élesen szembeállítja magát a populizmussal, ami szerinte a jobbközépet és különösen Orbán Viktor jellemzi.

Figyelemreméltó, hogy a populizmus kérdése majdnem minden közösségben előtérbe kerül: a baloldali és liberális közösségekben egyértelműen elutasítóan beszélnek a populista politika-felfogásról, a jobbközépnél viszont a közösséget belülről is megosztja, hogy hogyan is viszonyuljanak a velük szemben sokszor vádként megfogalmazott metaforához: van, aki vállalja, van, aki elutasítja a jelzőt.

Diskurzus- és metaforakonstrukciós eljárások

A huszonöt év alatt sokféle diskurzuskonstrukciós eljárás figyelhető meg, az alábbiakban a leggyakrabban alkalmazott megoldásokat tekintem át.

Negatív oldalról való meghatározás

A diskurzusok jelentős része kritikai, meghatározott jelenségek elítélésén keresztül jeleníti meg a közösség saját értékeit. A rossznak minősített gyakorlatok gyakori elutasítása megmutatja, hogy az adott közösség mitől is különbözteti meg magát. Ez történik, amikor a baloldal és a liberálisok antidemokratikus tendenciákról és populizmusról beszélnek, vagy amikor a jobbközép és a radikális jobboldal a kultúra romlásáról vagy éppen a másik oldal nemzetietlenségéről értekezik.

Magától értetődővé tevés

Számos olyan diskurzus van, ami bizonyos helyzeteket és célokat természetesnek, vitathatatlanak és mindenki számára egyértelműen felismerhetőnek állít be, ez alapján az értékelés alapján pedig tisztán látható, hogy az ellenfél az ország valódi érdekei ellen cselekszik. A baloldali és liberális közösség saját demokrácia felfogását és Európa-képét az egyetlen lehetséges és valós értelmezésként tűnteti fel, ebből a perspektívából

pedig a jobboldali közösségek nem is láthatók másként, mint antidemokratikus, az országot Európától elfordító politikai táborként. A jobboldali közösségekben az válik magától értetődővé, hogy a nemzetnek jól meghatározható, vitathatatlan érdekei vannak, innen nézve pedig a baloldali és liberális közösségek nemzetellenesként jelennek meg.

Tisztázatlanság/nyitottság

Ez a konstrukciós módszer elsősorban a jobboldali közösségekre jellemző. Számos olyan metafora válik széles körben használatossá és identifikáló erejűvé, melyek pontos meghatározására alig történik kísérlet. A közösség tagjai mégis tudják ezeket használni, e fogalmak kellően nyitottak sokféle egyéni értelmezés előtt. Sőt, sok esetben e metaforák a nyilvános diskurzusok szintjén is elsődlegesen egyéni élményekként, érzületekként, tapasztalatokként bomlanak ki. Ilyen metaforák a nép, a nemzet, a polgár, vagy éppen a radikális jobboldali közösségben 1956.

A baloldali és liberális közösségben az ilyen metaforák jóval ritkábbak, hiszen a tábort éppen az jellemzi, hogy a nehezen definiálható fogalmak meghatározására is rendszeresen kísérletet tesznek. A kísérletek azonban általában az adott közösségek megosztásához vezetnek, mivel az értelmezések rivalizálnak egymással. Ilyen küzdelmek alakulnak ki a liberálisoknál a liberalizmus és a nemzet fogalma körül, a baloldalon pedig az állampárti múlt, a nemzet és a különböző politikai értékek kapcsán.

Kontrasztállítás és párhuzamok

A diskurzusok nagyon gyakran kapcsolják a tárgyalt metaforát vagy témát más jelenségekhez. Sok esetben kontrasztok segítségével érzékeltetik az adott dolog helyes vagy éppen helytelen voltát. A repolitizált pragmatizmus saját magát a populizmushoz viszonyítva határozza meg, a demokráciavédő diskurzus a parlamenti politizálást az utcai politizálással állítja szembe, a nemzeti ügyek diskurzusa felmutatja azokat, akik nem képviselik ezeket az érdekeket, a nemzeti radikalizmus pedig az igazságokat elhallgató és tabusító elitekkel szemben különbözteti meg magát.

A kapcsolódó jelenségek gyakran párhuzamként jelennek meg, ezáltal segítve a tárgyalt metaforának tulajdonítani kívánt jelentés megértését. A demokráciavédő diskurzusok tele vannak olyan történelmi és nemzetközi térből vett párhuzamokkal, amelyek könnyen érthetővé teszik a jobbközép antidemokratikus voltának mértékét. A jobboldali közösségekben a történelmi párhuzamok különösen gyakran bukkannak fel, érzékeltetve, hogy az ellenfelek milyen veszélyt jelentenek a nemzeti érdekekre. A párhuzamokat nem csak az ellenfelekkel kapcsolatos diskurzusoknál használják: a radikális jobboldal harmadik utas diskurzusa vagy a baloldal reformdiskurzusa is előszeretettel alkalmaz olyan történelmi párhuzamokat, melyeken keresztül könnyebben érthetővé válhatnak a közösség törekvései.

A diskurzushordozó metaforák létrehozása

Néhány diskurzus kapcsán létrejönnek olyan metaforák, amelyek az egész diskurzus hordozóivá válnak, és azok emlegetése egy idő után elegendő a teljes jelentéstartomány felidézésére. A kettős állampolgárságról szóló 2004-es népszavazás a baloldal nemzeti érdekeket semmibe vevő természetének lesz a metaforája a jobboldali táborokban: ha valaki megemlíti ezt az eseményt, akkor a nemzeti diskurzus teljes jelentéstartománya felelevenedik a közösségek tagjai számára. A baloldalon elég csak megemlíteni Orbán „a haza nem lehet ellenzékben” fordulatát, hogy mindenkinek eszébe jusson, hogy a jobbközép célja a nemzet polarizálása.

Egyéb modalitások igénybevétele

A diskurzusok jelentős része nem kizárólag nyelvi kommunikációból épül fel. Számos diskurzus igénybe vesz olyan jeleket is, amelyek nem nyelvi eszközökkel is közvetítik az adott jelentést. A jobbközép közösség rendezvényeinek dramaturgiája és elrendezése jól illeszkedik a tábor közösséggel kapcsolatos diskurzusaihoz. A radikális jobboldal a Trianon-diskurzust az öltözködés és egyéb mindennapokban használt jelképek segítségével is terjeszti. A baloldal biztonság és nyugalom diskurzusának hétköznapiságot középpontba állító elemének fontos hordozói a majális jellegű rendezvények. A baloldalon és a liberálisoknál az európai diskurzus zászlók és jelvények formájában is megjelenik. A gyurcsányi stílus a repolitizált pragmatizmus fontos kifejezőjévé válik.

Csatornák

Szabó Gabriella

Bevezetés

A fejezet a magyar politikai kommunikáció csatornáiról szól. A csatornák leírásával összefoglalást adok azokról a szemiotikai erőforrásokról, melyeket a rendszerváltást követő huszonöt évben alakított ki a magyar politikai közösség annak érdekében, hogy a tagjai kapcsolatba kerüljenek és kapcsolatban maradjanak egymással.

A csatornákat említve hagyományosan a tömegmédiára – televízió, rádió, újságok, online portálok – asszociálunk, ahol a politikai interakciók áramlása professzionális, szabályozott és intézményesített módon történik. Manapság pedig inkább az online felületek (honlapok, közösségi média oldalak) értendők ide. Érdeemes azonban tovább szélesíteni a horizontot az olyan nyilvános politikai fórumokkal, mint az Országgyűlés, a plakátok és az utcai megmozdulások is, illetve a közvetlen kapcsolattartásra alkalmas személyes találkozók (kilincselések, kitelepülések, aláírásgyűjtések), továbbá a különböző konzultációk, telefonos és emailes megkeresések, vagyis minden olyan eszközzel, amely infrastruktúrát teremt a politikai cselekvők közötti kommunikáció számára. A politikai kommunikációkutatások – így ez a tanulmány is – a nyilvános és potenciálisan mindenki számára elérhető csatornák iránt érdeklődnek. A zártkörű platformok, privát fórumok, mágnjellegű, egyéni csatornák kiesnek a jelen kutatás látóköréből.

A csatornák kérdéskörét a következő szerkezetben tárgyalom:

1. A csatornák mibenléte
2. A csatornák típusai és használati módjai
3. A csatornakészlet változásának trendjei

Először röviden szó esik arról, hogy mit értek csatorna alatt. Ezt követően a magyar politikai kommunikáció csatornáinak főbb típusainak és használati módjainak az áttekintése következik. A fejezet legnagyobb egységében bemutatom az elmúlt huszonöt év politikai kommunikációjának kiemelkedő csatornáit, azok jellegzetességeit és használati módjainak változatosságát. Majd a csatornakészlet változásait szemügyre véve a fejezet néhány tendencia megfogalmazására tesz kísérletet.

A huszonöt év fejleményei alapján jól látható a közvetlen kommunikáció, azaz az interakciók szinkronitását lehetővé tevő platformok felértékelődése. Emellett feltűnő az elitek által preferált csatornák leépülése, illetve ezzel párhuzamosan az eliten kívüli hangok továbbbítására és felerősítésére alkalmas eszközök gyarapodása is. A „Politikai kommunikáció Magyarországon, 1990–2015” című kutatás keretében publikált feldolgozásokon (Bene, 2019a; Bene – Bata, 2016; 2017; Farkas, 2019; Kiss, 2016; 2017; 2019; Kiss *et al.*, 2017; Szabó, 2016; 2017; 2019.) túl a hazai szakirodalomban fellelhető adatok és információk is a részét képezik az áttekintésnek.

A csatornák mibenléte

A „Politikai kommunikáció Magyarországon, 1990–2015” című kutatásban a csatorna kétféle értelemben szerepel: egyrészt úgy, mint szemiotikai erőforrás, tehát mint ami által egy-egy politikai közösség azonosítható, másrészt úgy, mint közvetítő közeg, amelyen keresztül a politikai interakciók zajlanak (Cangara 2009: 38).¹

A huszonöt év történetét vizsgálva többször látható, amint a politikai erők egyik vagy másik csatornát maguknak vagy az ellenfeleinek tulajdonítják, illetve azt feltételezik, hogy az általuk nem kontrollált csatornák felett a másik oldálnak van teljes befolyása. Ekkor a csatorna szemiotikai erőforrás. 2014 után így született meg a „*magát objektívnek és függetlennek beállító ellenzéki média*” konstrukció, mellyel az Orbán-kormányt támogatók beszélnek a nem kormánybarát sajtóról.² Hasonló logikát látunk ugyanekkor a baloldalon is, amikor a kormánypártokkal szimpatizáló újságírókat propagandistáknak nevezik³, és a kormány közeli televíziókban műsorvezetőként dolgozó celebek politikai elköteleződését firtatják.⁴ A csatorna tehát jelentős részben a politikai önmeghatározás része.

A csatorna lehet pusztán közvetítő infrastruktúra is. A huszonöt évet felölelő vizsgálatunk során azt találjuk, hogy bizonyos csatornák nemcsak egy-egy tábor, hanem a magyar politikai kommunikáció egésze szempontjából relevánsak. Ebben az esetben nem csatornasemlegességet feltételezünk, hanem olyan kommunikációs terek és találkozási pontok létezését és használatát, amik nem közösség specifikusak. Például az Országgyűlés a választási küszöböt elérő minden párt képviselői számára elérhető, a megfelelő anyagi háttérrel rendelkező politikusok mindegyike támaszkodhat a direkt marketing csatornákra. Különösen jól látszik ez a frekvenciaszűkösség idején, vagyis a 2000-es évek előtti években, amikor a csatornák száma főleg technikai okok miatt erősen korlátozott. Így a politikai kommunikáció szűkös fórumain való megjelenés minden politikai erő számára létfontosságú.

A csatorna mint szemiotikai erőforrás

Amennyiben a csatornaproblémát a közösségi jelteremtés és jelhasználat módjainak mentén vizsgáljuk, akkor arra világítunk rá, hogy hol és hogyan érhető el a jobbközép, a baloldali vagy a nemzeti radikális közeg, illetve milyen módon lehet kapcsolódni hozzájuk. Másként fogalmazva: a csatornák némelyikét egy-egy közösséghez lehet kötni, vagy azért, mert a közösség tagjai a magukénak tekintik, vagy azért, mert mások gondolják így.

A Nap-keltét, a Magyar Televízióban évekig futó reggeli politikai műsort, a jobbközép és a nemzeti radikálisok a baloldalhoz kötik, s egy időben bojkottot is hirdetnek vele szemben. A Magyar Rádió Vasárnapi Újság című műsorát pedig a népi/nemzeti radikálisok fórumaként tartják számon. Más esetben a közösség tagjai jelzik nemtetszésüket, ha csatornájukon az ellenoldal képviselői is feltűnnek: a Klubrádió hallgatói például rendszeresen szóvá teszik, hogy nem kívánnak kormánybarát megszólalókat hallgatni.

¹ Cangara, Hafied (2009): *Political Communication; Concepts, Theories, and Strategies*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 38.

² Az élet szép, de független média nem lehet, *origo.hu*, 2014. június 4. (<https://www.origo.hu/itt-hon/20140604-a-magyar-kronika-bemutatoja.html>)

³ Migráns, *444.hu*, 2015. augusztus 25. (<https://444.hu/2015/08/28/migrans>)

⁴ Érdekes: amikor még nem Andy Vajna volt a Tv2, Majkát nagyon is érdekelte a politika, *magyarnarancs.hu*, 2017. május 17. (<https://magyarnarancs.hu/villamnarancs/ez-erdekes-amikor-nem-meg-andy-vajna-volt-a-tv2-majkat-nagyon-is-erdekelt-a-politika-104209>); Meghatározó részem a pop – Till Attila úgy érzi, megmaradt az egyik legprofibb amatőrnek, *168 Óra*, 2018. február 4. (<https://168ora.hu/kultura/meghatározó-reszem-a-pop-till-attila-ugy-erzi-megmaradt-az-egyik-leg-profibb-amatornek-144727>)

A csatorna identifikációs erejét mutatja a Petrás Mária népdalénekesnek a Zsidó Kulturális Fesztiválon való fellépése körüli vita: szabad-e elérhetővé tenni ugyanazt a személyt – esetünkben Petrás Máriát – a baloldali-liberális és a nemzeti radikális politikai közösség csatornáin egyaránt, még akkor is, ha az illető nem azonosítja magát politikai szereplőként. A disputában domináns érv szerint ezt nem szabad megtenni, mégpedig azért nem, mert Petrás Mária a Magyar Szigeten és a Wass Albert-esteken adott koncertjeivel, azaz a nemzeti radikálisok csatornáin való megjelenése révén azonosította magát a radikális közösséggel, ami automatikusan kizárja őt a baloldal magáénak vallott csatornáiról.⁵

További bizonyíték a csatornák szemiotikai erőforrásként való kezelésére az a néhány eset, amikor valamilyen csatorna sorsa a metaforájává válik egy politikai közösség helyzetének: az *Új Magyarország* című napilap 1997-es megszűnésére sokan úgy hivatkoznak, mint a jobboldaliaknak a nyilvánosságból való kiszorulására, míg a nemzeti radikális közösség körében az őket érő politikai elnyomás példaként jelenik meg a szkinhed zenekarok koncertjének betiltása, merthogy ez nem más, mint megfosztás egy fontos csatornától.

Nem minden csatornához ragaszkodik valamelyik politikai erő ilyen erősen: jóllehet a 2006 előtti *Magyar Hírlap* a liberális közösség csatornája, az újság politikai irányváltása és a szerkesztőségének a lecserélése nem hoz sem krízist, sem a közösség életét alapvetően meghatározó fordulatot.

A huszonöt év alatt időről időre kinyilvánítják a csatornahasználatok közötti különbségeket: ha az egyik oldal sűrűn tart nagygyűléseket, tiltakozó megmozdulásokat, akkor az ellenfelek elhatárolódnak az utcai politizálástól. A csatornakészlet megváltozása a politikai identitás átalakulásának az indikátora is lehet: a Jobbik elmaradása a Magyar Gárda rendezvényeiről a párt középére húzódásának jeleként értelmezhető.

A csatorna mint közvetítő közeg

Léteznek a teljes magyar politikai közösség számára egyformán fontos csatornák, amiknek a birtoklása technikai, jogszabályi vagy politikai okok miatt nem lehetséges. Az Országgyűlés, a direkt marketing, az internet és a közterületek azok a csatornák, amik közvetítő közeget jelentenek minden megszólaló és a politikai kérdések iránt érdeklők számára. Ezek tanulmányozásával képet kapunk a magyarországi politikai kommunikáció kitüntetett helyszíneiről, vagyis arról, hogy hol kell keresni a politika fősodrát, mely fórumokon zajlanak a legfontosabb interakciók, milyen csatornákon követhetjük az aktuális politikai fejleményeket. Jellemző és sokat mondó, hogy a politikai szereplők mikor milyen kommunikációs csatornákat tekintenek a leghatékonyabbnak, legjelentősebbnek, legvágyottabbnak, leginkább célravezetőnek. Az 1990-es évek elejétől hosszú harc folyik a nyomtatott sajtó és az elektronikus médiumok megszerzésért, majd a direkt marketing eszközei kezdenek terjedni. A Jobbik és az LMP 2009–2010-es választási sikerei az online platformok, a személyközi kommunikáció és a helyi jelenlét csatornáira irányítják a figyelmet.

⁵ Visszataszító figurákkal közösködött az énekesnő, nem kértek belőle, *nol.hu*, 2015. augusztus 24. (<http://nol.hu/kultura/visszataszito-figurakkal-kozoskodott-az-enekesno-1558829>); Levették a Zsidó Kulturális Fesztivál programjáról Petrás Máriát, mert többször fellépett a Magyar Szigeten, *444.hu*, 2015. augusztus 24. (<https://444.hu/2015/08/24/letiltottak-a-zsido-kulturalis-fesztivalrol-petras-mariat-mert-korabban-fellepett-a-magyar-szigeten>); Petrás Mária, Magyar Sziget, Pro és Kontra, *szombat.org*, 2015. augusztus 27. (<https://www.szombat.org/politika/petras-maria-magyar-sziget-pro-es-kontra>); Szegény Petrás Mária, *magyarnarancs.hu*, 2015. szeptember 3. (<https://magyarnarancs.hu/aszerk/szegeny-petras-maria-96306>); Balliberális értelmiségiek is kiálltak Petrás Mária mellett, *magyarnemzet.hu*, 2015. augusztus 27. (<https://magyarnemzet.hu/archivum/kulturgrund/balliberalis-ertelmisegiek-is-kialltak-petras-maria-mellett-4033960/>)

A kérdés az, hogy miként lehet e kettősséget ugyanabban a konceptuális keretben regisztrálni és értékelni. A feltérképezés során a kampányirodalom hívható segítségül. A kampánykutatások kiindulópontja szerint a politikai cselekvők úgy válogatnak a rendelkezésre álló eszközök között, hogy azzal a lehető leggyorsabban, legegyszerűbben, a leginkább ismerős utakon és a legkevesebb energiavesztéssel jussanak el egymáshoz. Az utóbbi szempont a kommunikációelméleti hagyományokból ismert kibernetikai iskola gondolatmenetéből is ismerős, ahol a modellben a csatorna az adó és a vevő közötti közeget jelenti (Shannon – Weaver, 1963). Vizsgálatában három szempont merül fel: 1) az üzenet által megcélzottak elérésének bizonyossága – ahhoz vezessen a csatorna, akivel kapcsolatba szeretnénk kerülni, 2) a kapacitás – a lehető legnagyobb mennyiségű jelet legyen képes átvinni, 3) az ott tapasztalt zaj mértéke – a lehető legkevesebb torzulás forduljon elő az üzenet eljutása közben (Deutsch, 1963). A politikai kommunikáció csatornái közül az állampolgárok elérésében sokáig a televíziós hírműsorokat tartották a leghatékonyabbnak, míg a torzítás elkerülésének igénye a politikusok és választók közötti közvetlen kommunikáció csatornáit emelik ki.

A csatornák átfogó csoportosítását elsősorban Phillipe Maarek és Mihályffy Zsuzsanna munkái végzik el (Maarek, 2011, Mihályffy, 2006a; 2006b; 2009). A típust tekintve három kategóriát határoznak meg, ezek: hagyományos, audiovizuális és direkt csatornák. A hagyományos csatornák a tömegmédia előtti időszakban születtek, és ma is jelen vannak a politikai közösségek életében. Tartósságuk oka éppen az, hogy régóra ismert, jól bevált és viszonylag alacsony költséggel üzemeltethető platformokat biztosítanak mindenki számára. Ilyenek elsősorban a rendezvények, utcai események, a politikusok házról házra járása, utcai jelenléte, illetve a könyvek, kisnyomtatványok, szórólapok, plakátok, pártlogóval vagy a politikus nevével, esetleg a közösség számára fontos szimbólummal ellátott ruhadarabok, kiegészítők. Audiovizuális csatorna például a televízió, elsősorban a hírműsorok, politikai hirdetések, politikai viták és bármilyen formátum, ahol politika és politikus feltűnik. Míg a direkt csatornákhöz kapcsolódik minden, ami a politikus és a választó közvetlen és kétirányú kommunikációjának lehetőségét vagy legalábbis a látszatát megteremti – ezek: levelek, emailek, telefonhívások, közösségi médiaplatformok, blogok, SMS-ek.

Mivel azonban a kampányoláson túli kommunikációt is igyekszünk mérni, célszerű a tipizálás némiképp módosított változatát használni. . Aszerint, hogy a különböző csatornák milyen mértékben képesek egy olyan mediatizált közeget létrehozni, amelyben a résztvevők egymással szinkron és aszinkron módon kommunikálnak, megkülönböztethetünk közvetett vagy közvetlen, illetve egyirányú vagy kétirányú kommunikációs csatornákat. A kétféle tipizálás összekapcsolható: közvetlen és kétirányúnak tekinthető a például a kilincselés, közvetett egyirányú csatorna pedig a televíziós hírműsor. További példák az alábbi táblázatban olvashatók.

	Egyirányú	Kétirányú
Közvetlen	Aszinkron kommunikációs csatornák (pl. plakátok, szórólapok, kampányszpotok, könyvek, országgyűlési felszólalások)	Szinkron kommunikációs csatornák (pl. kilincselés, lakossági fórumok, országjárások, tüntetések, klubok, körök)
Közvetett	Aszinkron kommunikációs csatornák (pl. nagymédia hírműsorai, újságok, folyóiratok)	Szinkron kommunikációs csatornák (pl. blogok, telefonhívások, SMS üzenetek, közösségi média platformok)

A következőkben megnézzük, hogy a vizsgált huszonöt év legfontosabb kommunikációs csatornái miként helyezhetők el a fenti sémában.

A csatornák típusai és használati módjai

Közvetlen, egyirányú csatornák

Országgyűlés

Az elmúlt huszonöt évet vizsgálva a hazai politikai kommunikáció fő színterének az Országgyűlést tekintő. A parlamenti kommunikációból elsősorban a plenáris ülések vitái és a miniszterelnöki beszédek emelkednek ki. Noha itt a képviselők egymásra reagálva kommunikálnak, mégis állíthatjuk, hogy a politikusok megszólalásai a szélesebb nyilvánosságnak szánt kommunikációs aktusok. Az üléseket ugyanis televízió közvetítik, illetve az országgyűlés honlapjáról különböző információk tölthetők le. A parlamenti beszédek segítségével a politikusok közvetlenül szólnak a választópolgárokhoz, de mivel a visszacsatolás nem azonnali, így az Országgyűlést a magyar politikai kommunikáció egyik legfontosabb közvetlen, egyirányú csatornájának tekintjük.

A parlament kiemelkedő csatornává tételének szimbolikus szerepe van. Az Országgyűlésben elhangzottak elérhetősége, az ülésnapokról élő televíziós közvetítés, a sajtó képviselőinek szabad mozgása, közvetítése a demokratikus nyilvánosság és a sajtószabadság imperatívuszaként jelenik meg. Különösen utóbbi kapcsán robban ki többször is heves vita. Jellemző eset: 2004-ben Szili Katalin házelnök nyugat-európai példákat emlegetve és az Országház rendjére hivatkozva tiltja meg a parlamenti folyosókon történő forgatást. A lépés ellenzői mindezt a demokratikus nyilvánosság elleni támadásnak, a sajtószabadság megsértésének és az újságírói munka indokolatlan korlátozásának értelmezik.⁶ A csatornahasználat kapcsán hasonló polémia kerekedik az RTL Klub (2015 novembere) és az Index.hu (2011 decembere) riportereinek belépési engedélyét megvonó döntés miatt. A kritikusok szerint mindez a sajtó ellehetetlenítésének újabb jele, míg a támogatók a kormánykritikus sajtónak a Parlamenttel szemben mutatott tiszteletlenségét hangsúlyozzák.

Az Országgyűlés lehet a történeti folytonosság és a hagyományokhoz ragaszkodás szimbóluma is. Némely értelmezők Antall József konzervatív politizálási stílusát látták abban is, hogy a miniszterelnöki kommunikáció legfontosabb csatornájának az Országgyűlést tekintette.

Az Országgyűlés a kormány és az ellenzék konfrontációjának legfontosabb fórumaként jelenik meg. Különösen látványos ez Horn Gyula kommunikációjában, aki miniszterelnökként gyakran vesz részt az Országgyűlés ülésein, ahol leginkább az azonnali kérdések órájában aktív. Az MSZP már az ellenzéki évei alatt is vitanapokat és számos rendkívüli ülést kezdeményez, Medgyessy Péter pedig demonstratív módon a parlamentben tartja éwertékelő beszédeit, szemben Orbán Viktorral, aki erre a célra korábban a Vigadó épületét vette igénybe. Gyurcsány Ferenc miniszterelnökként pedig minden héten napirend előtti beszédet tart az Országgyűlésben.

Egyes vélemények szerint az Országgyűlésnek, mint politikai kommunikációs csatornának a fénykora 1994 és 1998 közé esik. Ekkor „a politika és a kormányzás központjaként működik”, és itt zajlik a „kormánytöbbség és az ellenzék párbeszéde”, és itt folynak a kormánypártok közötti viták.⁷ Az Országgyűlés a demokratikus politikai kommunikáció kiemelt színhelyeként jelenik meg. A csatornát azonban a jobboldali aktorok

⁶ Kitiltották a kamerákat a parlamenti folyosókról, index.hu, 2004. november 8. (<https://index.hu/belfold/kitiltottkam/>); Visszamehet az Index a parlamentbe, index.hu, 2012. február 8. (<https://index.hu/belfold/2012/02/08/na/>); Kitiltották a Parlamentből az RTL Klubot, index.hu, 2015. november 20. (https://index.hu/kultur/media/2015/11/20/rtl_klub_parlament_kitiltas_botrany/)

⁷ Szente Zoltán: Az Országgyűlés húsz éve. http://www.politikaievkonyv.hu/online/mp20/1-04_szente.html

másként használják: 1999 elején a Fidesz vezette kormánypárti többség új üléskezési rendet fogad el; a parlament ettől kezdve három hetente tart plenáris ülést. Az ellenzék – a MIÉP-et leszámítva – autoriter lépésnek minősíti az új eljárást.

A parlament, mint csatorna a politikai kommunikáció elitista jellegére is utal, hiszen a hozzáférés a pártelit és a vezető kormányzati tisztségviselők privilégiuma. Emellett az Országgyűlésről szokás úgy gondolkodni, hogy az a szabályozott, formalizált, intézményesített politikai diskurzus csatornája. Az ilyen jellegű politikai disputák, a kormánypárti és ellenzéki érvek összecsapása a politikai vitanapokon és a napirend előtti felszólaláson jelenik meg. A csatorna használatban azonban nemcsak a magas beszédkultúra megnyilvánulásai vannak jelen. A huszonöt év alatt a trágárság, az obszcén gesztusok és a személyeskedés számos esetét figyelhethetjük meg.⁸ A képviselőnőket érintő udvariasság és a női mivoltukban történő megalázás hasonlóképpen nagy port ver fel, a nyilvánosság előtti viták a 2010 utáni időszakban sűrűsödnek.⁹

Könyvek

A magyar politikai kommunikáció értelmiségi csatornája a könyv. Egyszemélyű könyvek sokasága olvasható a politikai vezetők, miniszterelnökök, miniszterek, vezető kormányzati tisztségviselők tollából.

Leggyakrabban a politikai írások, esszék, beszédek vagy publicisztikák sajtó alá rendezésével találkozhatunk. A jobboldalon és a nemzeti radikális körből 1990 és 2015 között számos ilyen kötetet jelentetett meg Debreczeni József, Elek István, Kiss Gy. Csaba, Furmann Imre, Csurka István, Csoóri Sándor, Pozsgay Imre, Bíró Zoltán, Morvai Krisztina, Szegedi Csanád, Z. Kárpát Dániel. E hagyományt Orbán Viktor és köre is a magáénak érzi. Orbán Viktor nevéhez több kötet, sok száz oldalnyi szöveg kötődik¹⁰, de publikálja beszédeit Áder János¹¹ is. Dávid Ibolya pedig az ismert emberekkel folytatott beszélgetéseit jelenteti meg¹². Lovas István nem kevesebb, mint nyolc kötetben publikálja írásait és vasárnapi jegyzeteit, de termékeny Bayer Zsolt, Tóth Gy. László, Fricz Tamás, Csontos János, Solymosi Frigyes, Elek István és Bencsik András is.¹³

Válogatott esszék mellett szakpolitikai összefoglalók és javaslatokat tartalmazó könyvek sora jelenik meg

⁸ Megbüntették, de nem fizet Szanyi Tibor, *24.hu*, 2013. november 18. (<https://24.hu/belfold/2013/11/18/megbuntettek-de-nem-fizet-szanyi-tibor/>); 96 ezret fizet a káromkodó képviselő *borsonline.hu*, 2012. december 4. (<http://www.borsonline.hu/aktualis/96-ezret-fizet-a-karomkodo-kepviselo/55275>); Hogyan káromkodik a magyar politikus?, *borsonline.hu*, 2009. július 30. (<http://www.borsonline.hu/aktualis/hogyan-karomkodik-a-magyar-politikus-/11289>); Lányi elszólta magát a parlamentben, *index.hu*, 2001. október 16. (<https://index.hu/belfold/lanyivulgar/>)

⁹ „Nyaligátor”-ról is beszélt az LMP-st kisanyámnak hívó fideszes képviselő, *origo.hu*, 2011. március 22. (<https://www.origo.hu/itthon/20110322-szovaltas-a-parlamentben-a-fideszes-taso-laszlo-es-az-lmps.html>) „Kisanyám, neked nem osztottak lapot” Vita a parlamentben, *atv.hu*, 2012. szeptember 12.; (http://www.atv.hu/belfold/20120911_kisanyam_neked_nem_osztottak_lapot_durva_vita_a-parlamentben) Szél Bernadett kiborult, Lázár Jánost szexistának tartja, *index.hu*, 2015. április 20. (https://index.hu/belfold/2015/04/20/szel_bernadett_kiborult_lazar_janost_szexistanak_tartja/)

¹⁰ Hollós 2001 és 2002, Orbán 2003 és 2006.

¹¹ Áder 2005.

¹² Kálmán 2001.

¹³ A kötetek adatait lásd a Dokumentumok cím alatt a tanulmány végén.

világ- és külpolitikáról, globalizációról, és az egészségügyről.¹⁴ Ám akadnak olyan munkák, amelyek a szociográfia eszközeit keverik politikai programok népszerűsítésével.¹⁵

Speciális típus a visszaemlékezéseket tartalmazó írásoké, melyek különösen fontosak, ha aktív politikusi évek alatt jelennek meg, mint például Horn Gyulának a *Cölöpök*, és az *Azok a kilencvenes évek* című könyve.

A vezető politikusok körében divik még a politikai krédók könyvformában való megjelentetése, ilyenek Orbán Viktornak az *Egy az ország*, Gyurcsány Ferencnek az *Útközben* és Pető Ivánnak a *Politikai Curriculum Vitae* című írásai. Vona Gábor a *Született Augusztus 20-án*, és a *Fekete Bárány, Fehér Holló* című kötetében vegyíti a nemzeti radikalizmusra vonatkozó megállapításokat a politikusi önfejlesztés útjainak leírásával.

Fontos még a politikusokat leleplezni kívánó könyvek sora. Ezek közül nagy figyelmet kapott és óriási visszhangot vált ki Kende Péter 2002-ben megjelent *A Viktor* című könyve, amely hosszú hónapokon keresztül vezeti a könyves toplistákat. Jobboldalról erősen támadják¹⁶, a baloldalon viszont a szerzőt és a könyvét ért támadások (adóhivatali vizsgálat, könyv-felvásárlások, az MTV törli a műsorát stb.) miatt „becsületbeli ügy” „szerezni egy példányt *A Viktorból*”, a szerző pedig az MSZP kongresszusának meghívott és ott külön köszöntött díszvendége.¹⁷ További példa erre Debreczeni József *Arckép* címmel megjelentetett kötete, mely Orbán Viktor hajlamaiból, alkataból, neveltetéséből kívánja megérteni a miniszterelnök „félresiklott” pályafutását. Mindezek alapján feltételezhetjük, hogy az Orbán Viktor életét és személyiségét boncolgató könyv nagy szerepet játszott a baloldali közönségen belül az Orbán Viktor ellenségkép-konstrukciónak a kialakításában.

A gasztro műfaj politikai kommunikációs relevanciáját mutatja Lévai Anikó és Gyurcsány Ferenc szakácskönyve.

Nem tartozik szigorúan a politikai kommunikációhoz, de megemlítendő, hogy egy-egy kiadó nemcsak valamely tábor számára fontos politikai-értelmiségi vezetők írásait publikálja, hanem az adott politikai közösséget szépirodalmi, ismeretterjesztő és tudományos munkákkal is igyekszik ellátni. Mérsékelt, konzervatív szövegek forrása az Osiris Kiadó. Az Orbán-kormányokkal szimpatizáló írásokat főként a Kairosz, a Közép- és Kelet-európai Történelem és Társadalom Kutatásáért Közalapítvány és a Századvég Kiadónál találunk. A baloldalhoz köthető tematikákat a Napvilág gondozza, míg a nemzeti radikálisoké a Magyar Fórum Kiadó, a Gede Testvérek Kiadója, a Magyar Menedék Könyvesház és a Püski.

A holdudvar által megjelentetett könyvek listáját bőven lehetne folytatni, tekintve, hogy aktívan publikáló művészek és tudósok alkotják a pártok és kormányok körüli értelmiséget: publicisztikai gyűjtemények mellett leginkább szépirodalmi, jogi, filozófiai és történelmi témájú könyvek jelennek meg.

Plakátok, kampányspotok, szóróanyagok

A hagyományos reklámeszközök, mint a plakát, a szóróanyagok és a televíziós vagy rádiós spotok a magyar politikai kommunikáció, mégpedig a választásokat megelőző időszak fontos csatornái, az egyirányú, közvetlen kommunikáció bevált eszközei. A kampányok idején a politikai pártok igyekeznek a mondanivalójukat közterületi hirdetésekkel elhelyezni: óriásplakát, *citylight poster*, járműreklám és a villanyoszlopok két oldalára elhelyezett úgynevezett elefántfül a legnépszerűbb. Ezek a reklámeszközök a pártok legfőbb politikai üzeneteinek a hordozói. A hirdetések megjelenítésére alkalmazott csatornák a nagy olvasottságú, vagy speciális

¹⁴ Csaba László – Jeszenszky Géza – Martonyi János: *Helyünk a világban. A Magyar külpolitika útja a 21. században*. Éghajlat könyvkiadó, 2009; Mihályi Péter: *Magyar egészségügy: diagnózis és terápia*. Springer, 2000.; Kornai János: *Az egészségügy reformjáról*. Közigazgatási és Jog kiadó, 1998.

¹⁵ Franka Tibor: *Kinek van? Kinek nincs?* 1997; *Cigánykérdés cigányúton*. 2001.; *Szabad választás, törvényes család*. 2002.; *Azok a szép napok*. 2004.; Fekete Gyula: *Véreim, magyar kannibálok*. 1992.

¹⁶ Schmitt Mária elismerte a lövöldözős mondatát. *Népszabadság*, 2002. április. 3.

¹⁷ Nagy N. Péter: A Kende. *Népszabadság*, 2002. február. 5.

közönséggel rendelkező médiatermékek egész oldalas vagy kisebb oldalai. Itt nemcsak a politikai-közéleti újságok, televíziós csatornák, rádiók jöhetnek szóba, hanem a bulvársajtó, a *National Geographic* vagy akár a *Playboy* is. A hirdetések elosztásánál nagy szerepet szánnak a kampány irányítói a helyi médiumoknak. A fizetett reklámok kapcsán a saját oldalhoz sorolt médiumok kiemelt szerepet kapnak: az MSZP a *Népszava* és a *Népszabadság*, míg a Fidesz a *Heti Válasz* hasábjain sűrítette a hirdetéseit.

A leghagyományosabb eszközt a pártok különféleképpen igyekeznek feldobni: 2004-ben a Fidesz Budapesten plakátkiállítást nyit, és digitális adósságszámlát helyez egy forgalmas csomópontnál, míg az MSZP 2006-ban egy Gyurcsány Ferenc arcképével ellátott közel 1700 négyzetméteres reklámhálót alkalmaz csatornaként.

Felsorolhatók még a mindenkori kormányzati reklámkampányok is, amelyek a kormánypártok üzeneteit terjesztették.¹⁸ A baloldal 2010 előtt a kormányzati pozíciót is felhasználja, hogy a reformokat magyarázó és népszerűsítő plakát- és reklámkampányokat szervezzen. 2010 után a hagyományos eszközök használata visszaszorul, hiszen az MSZP jóval kevesebb forráshoz jut az államtól. A jobboldalon fordítva: 2010 után elárasztják az utcákat és tereket a Fidesz és az Orbán-kormány hirdetéseit.

A hagyományos reklámeszközökhöz kapcsolódóan új csatorna is létrejön: a plakátok online és offline „meghekkelésé”. A kormányoldal 2010 után több plakátkampányt is lebonyolít, a demokratikus ellenzék tagjai pedig ezeket a plakátokat gyakran átszerkesztik, kifestik, és az így létrehozott tartalmakat a közösségi média csatornáin terjesztik. A plakátok „meghekkelésé” nem marad meg az online térben: szervezett vagy szervezetlen akciókkal gyakran a köztéri plakátokat is átszerkesztik, az eredeti üzenetet a plakát átírásával megváltoztatják, vagy új üzenettel egészítik ki. Ez utóbbi a leglátványosabban a bevándorlással kapcsolatos 2015-ös plakátkampány alkalmával történik, amikor az online világban állnak neki a köztéri plakátok átformálásának, és az „alkotók” a szélesebb közönséggel is megosztják az alkotásaikat (Nagy, 2016). Az offline átalakított kampányplakátok az online térben jutnak el szélesebb közönséghez: az online médiumok is gyakran mutatják be ezeket az olvasóiknak. Az MSZP is helyez el a kormányzati kampányt kifestő köztéri plakátot, de a legsikeresebb akció egyértelműen a Magyar Kétfarkú Kutya Párthoz (MKKP) kötődik. A viccpárt 2015-ben online adománygyűjtést indít a kormányzati plakátokat kifestő és az azok üzenetével szembenálló saját kampánya finanszírozására. A gyűjtés annyira jól sikerül, hogy az ellenkampány majdnem annyi óriásplakátot produkál, mint a kormányzaté.

A reklámfilmek is bevett csatornának számítanak, és a plakátokhoz hasonlóan a kampányok idején játszanak igazán jelentős szerepet. Mindegyik jelentősebb párt forgat magáról néhány perces kampányfilmeket, készít hangzó anyagokat, melyeket a nagyobb televíziókban, rádiókban adnak le a politikai hirdetéseknek fenntartott időszokban. A kormányzati kommunikáció csatornáit az első Orbán-kormány idején bővülnek hosszabb-rövidebb videó anyagokkal.

Szokás még különböző szóróanyagokkal, kisebb ajándéktárgyakkal reklámozni egy-egy pártot. Az elmúlt évtizedekben gyakori a kulcstartó, toll, matrica, hűtőmágnes, kártyanaptár osztogatása. Ezek mellett válik a korrupcióellenes üzenetet közvetítő ajándéktárggyá a szappan, a hófehér tojás (MDF, 2006), a fiatalok testi-lelki egészségére vonatkozó ígéretet közvetítő reklámanyaggá az óvszer (MSZP, 2005), a biztonságot közép-pontba helyező kampányüzenet hordozójává az esőkabát (Fidesz, 2010).

A hagyományos reklámanyagok elkészítése és célba juttatása nagy anyagi erőforrásokat igényel, így különösen a kisebb pártok képviselői panaszkodnak arra, hogy számukra ez a csatorna nem érhető el. A helyzetet súlyosbítja, hogy a reklámfelületek értékesítését megszerző, illetve a hirdetések helyét birtokló cégek üzleti gyakorlata jócskán csökkenteni képes egy-egy politikai oldal hozzáférését. Főleg a MIÉP és a Jobbik köréből hallható a vád, miszerint akadályozzák a hirdetéseik megjelenéseit. Ebben a 2015-ös év hoz fordulatot számukra, innentől kezdve igénybe vehetik a Simicska Lajos érdekeltségébe tartozó reklámhordozókat.

¹⁸ Political Capital: A nagyok hibáznak, a kicsik izmoznak. *Népszabadság*, 2004. május 12.

Közvetlen, kétirányú csatornák használata

Sajtótájékoztatók, szóvivők

A magyar politikai kommunikáció rendszerváltozás utáni történetében jelentős csatornának mutatkoznak a sajtótájékoztatók és a sajtóbeszélgetések, amelyek lehetővé teszik a politikusok és az újságírók közvetlen és kétirányú kommunikációját. A sajtótájékoztatók mindig szervezeti eseményhez vagy állásfoglaláshoz kötődnek, többnyire a pártközpontok ellenőrzése alatt állnak.

A kilencvenes években a leggyakrabban vezető politikusok válaszolnak a feltett kérdésekre: Horn Gyula, Pozsgay Imre, Szekeres Imre, Kovács László, Boross Péter. Miniszterelnökként Horn Gyula és Boross Péter különösen sűrűn tart kötetlen sajtóbeszélgetéseket külföldi tudósítók részvételével. A korai években tehát a politika élvonalába tartozó politikusok személyesen tartják a kapcsolatot a hazai és külföldi újságírókkal. A politikai üzenetek nyilvános közlésében a szóvivők kevésbé jelentősek, szereplésük többnyire a média szigorúan tájékoztató jellegű eligazítására irányul.

A 2006 utáni években megváltozik a szóvivők szerepe: a kisebb pártok (LMP és Jobbik) több, úgynevezett szakszóvivőt is kineveznek: antikorrupciós, gazdaságpolitikai, honvédelmi, rendészeti és demográfiai szakszóvivő is dolgozik a pártoknál. Így a szakszóvivőket a pártok számára fontos ügyek kommunikációjának intézményes csatornájaként tekinthetjük.

A kormány szóvivők háttéréből következtethetünk arra, hogy a kormányfők mely újságírói körök, mely kommunikációs stílusok felé kívánnak nyitni. Az Antall-, a Boross- és a Horn-kormány idején a közszolgálati csatornáktól hívnak munkatársakat a feladatra (Juhász Judit, Forró Evelyn, Csák Elemér, Havas Henrik). Medgyessy Péter a baloldali napilapoknál gyakorlatot szerzett újságírót nevez ki (Gál J. Zoltán). Gyurcsány Ferenc miniszterelnöksége idején a kettős kormány szóvivői gyakorlattal kísérleteznek: a vállalati kommunikációban jártas szakértők mellé a tabloid sajtóval való kapcsolattartás megerősítése érdekében a kereskedelmi televízió műsorvezetőjét kéri fel (László Boglár, Batiz András). Az első Orbán-kormány szóvivője sportújságíró (Borókai Gábor), 2010 után külpolitikai újságíró (Nagy Anna), majd a politikai tanácsadói háttérrel rendelkező ember (Giró-Szász András), később a Fideszhez kötődő Hír TV műsorvezetője kap megbízást (Kurucz Éva).

Lakossági fórumok, kitelepülések

A magyar politikai kommunikációban a kezdetektől szívesen és sűrűn használt csatorna a politikusok és a választók közötti közvetlen interakcióra lehetőséget adó találkozó. A különféle helyi események, rendezvények, beszélgetések a politikusok, aktivisták, szimpatizánsok rendszeres találkozási pontja.

A csatornahasználat különösen kampányok idején kecsegtet nagy reményekkel: a képviselőjelölt a nagymédia ellenséges interpretációit megkerülve beszél, ráhangolódik a választóira, közvetlen visszajelzéseket kap, teszteli, hogy mely témák, beszédmódok, stílusok aratnak sikert. A lakossági fórum további előnye, hogy a személyében elérhető, szavazóival erős kapcsolatot ápoló politikus képét szilárdíthatja meg. A lakossági fórumok híre ráadásul a hírugynökségek, illetve a sajtó figyelmét is élvezzi.

A csatorna igénybevétele azonban rendkívül költség- és időigényes. A közvetlen találkozók kockázatot is rejtnek, hiszen a politikus nem ismerheti a résztvevők szándékait és motivációját. Az őszi beszéd után Gyurcsány Ferenc nyilvános megjelenéseikor rendre őt szidalmazó, kifütyülő ellentüntetőkkel találkozók, akik nemcsak a politikus, hanem a szimpatizánsok számára is élvezhetetlenné teszik a rendezvényt. Még akkor is bajba kerülhet a politikus, ha rajongók fogadják: a nyílt és fesztelen megszólalások rejtett kamerás felvételeken kiszivároghatva bejárják a sajtót és magyarázkodásra kényszerítik a pártot. Ez történt az MSZP, a

DK és a Fidesz esetében is, amikor elhatárolódni kényszerültek a támogatásukat élvező képviselőjelöltek (például Molnár Oszkár 2006-ban) vagy polgármesterjelöltek (például Pásztor Albert 2009-ben) kínos mondataitól és cselekedeteitől.

A 1990 és 2015 közötti időszakot vizsgálva a közvetlen találkozók sokféle típusát látjuk: ünnepségek, megemlékezések, avatások, lakossági fórumok, kitelepülések, országjárások, közös rendezvények különböző társadalmi csoportokkal: cserkészek, reformátusok, fiatalok, nyugdíjasok, külföldi magyarok, mezőgazdasági dolgozók stb. Lényeges a helyválasztás is. A hazai politikai életben főként pártszékházak, közeleti klubok, fontos közlekedési, kereskedelmi csomópontok, esetenként szimbolikus terek (például temető, emlékmű, közösségi ház) válnak az interakciók színterévé. A személyes találkozók sűrűsége a politika ritmusához igazodik: a választási időszak közeledtével számuk jelentősen megemelkedik, a választások után valamelyest visszaesik.

Szokás arra gondolni, hogy a kedvező média környezet biztosításával a pártok lemondanak az energiaigényes személyes találkozókról, ám a magyar politikai kommunikáció története nem ezt bizonyítja. Mind a nagyobb, mind a kisebb pártok rendre elérhetővé teszik magukat, bár az események változatossága eltérő. A nemzeti radikálisok számára a lakossági találkozók a tömegmédiából való kiszorulásuk miatt hagyományosan fontosak. A Jobbik 2009-es választási sikereit a nemzeti radikális körök, de a kívülállók is a kitelepüléseken való aktív jelenlétre vezetik vissza. A liberálisok 1990-től intézményesítik a személyes találkozókat a klubhálózatuk segítségével. A klubokban elsősorban liberális politikusok, valamint humán- és társadalomtudósok tartanak előadásokat, illetve olyan kérdések kerülnek terítékre, melyek a liberális politikai közösséget érdekelhetik (például hogy milyen legyen az oktatási rendszer egy szabad és demokratikus társadalomban, miben áll az etnikai gyűlölet). Hasonló logikával találkozunk a jobboldalon a polgári körök kiépítésével. Az intézményes és rendszeres kapcsolattartás mellett a polgári körök az Orbán Viktor és szimpatizánsai közötti összetartozás szimbólumának számítanak: elsősorban a vezérhez, nem pedig a Fideszhez kötődő csatornák.

Nagy innováció a fiatalabb választók elérését szolgáló új eszköz a Gyurcsány Ferenc által életre hívott Amőba (2005), ami eredetileg egy csapatjátékon keresztül kapcsolja össze a fiatalokat, de később országos klubhálózattá alakul. Magyarország több pontján kocsmák és diszkók segítik a fiatalok baloldali identitásának és kötődésének kialakítását. Ehhez képest óriási visszaesést mutatnak a 2010 után idők, a csatornahasználatban a baloldali politikusok gyengén szerepelnek, és ami még fontosabb: a róluk kialakult imázs szerint is kikopnak a vidéki közéletből.

Szabadegyetemek, kulturális programok

A politika közösségi élményként megélésének egyik fontos terét nyújtják a szabad egyetemek, nyári akadémiák, a politizálást és a kultúrafogyasztást ötvöző programok. A rendszerváltás utáni években különösen a jobboldal által kedveli ezt a csatornát. A legfontosabb a Bálványosi Nyári Szabadegyetem és Diáktábor (Tusványos), ami a Fidesz nyári rendezvénye. Olyannyira fontos, hogy akár ellenzékben van, akár kormányon, Orbán Viktor mindig részt vesz és előadást tart itt, de legalábbis vitafórumon válaszol kérdésekre. Tusványosi beszédei értékelő, előrettekintő, programadó megszólalások, amelyekben világpolitikai, szomszédságpolitikai összefüggéseket tár fel. A Tusványoson zajló kulturális és könnyűzenei programok, valamint a tábor politikai üzenetei nehezen választhatók el egymástól, ezért az ott fellépő művészek politikai preferenciái rendre vita tárgyát képezik.

Hasonló rendezvény a Magyar Sziget, mely a Bocskai Szabadegyetemhez hasonlóan a nemzeti radikális közösséghez kapcsolódik. Az előbbi a nemzeti rock együttesek seregszemléje mellett a radikális mozgalmak (például a Hatvanhét Vármegye Ifjúsági Szervezet) és szimpatizánsaik találkozóhelyeként válik ismertté. Az utóbbi keretében a MIÉP vezetőinek előadásait követik a Bocskai Színpad előadói, akik Trianonról megemlékező műveket, hazafias verseket, dalokat adnak elő, Reményik Sándor, Dsida Jenő, Wass Albert munkáiból

szavalnak. A Bocskai színpadhoz kötődő művészek közül többen vállalnak a MIÉP színeiben képviselőjelöltséget is: például Schuster Lóránt, Sárdy Barbara és Hegedűs Zsuzsanna.

Az értelmiségi holdudvarral való kapcsolattartást szolgálják a különböző piknikek, nyári találkozók. A Köt-csei Polgári Pikniken való részvétel a Fidesszel való szimpatizálást, míg a Szárszói találkozók a baloldali-liberális körökhöz tartozást jelzik. Emlékezetes az 1993-as Szárszói találkozó, amelyre később – főként a baloldali nyilvánosságban – Orbán Viktor és a Fidesz konzervatív fordulatának kiváltójaként hivatkoznak.

Nagygyűlések, utcai jelenlét

A nagygyűlések a magyar politikai kommunikáció leglátványosabb multimodális csatornái. A lebonyolításuk rendje hamar megszilárdul: a szónoklatok mellett zenei betétek, művészeti produkciók, vonulások adják a programok gerincét. Az utcai megmozdulások azért is jelentősek, mert közvetlen kommunikációt biztosító találkozási lehetőségek, és azért is, mert magukra vonják a média figyelmét. A nagygyűléseken nemcsak a vezérszónok beszéde fontos: az ott megjelenő, fizikailag együtt lévő, a köztereken megnyilvánuló tömeg mozgása, aktivitása és viselkedése nagyban meghatározza a rendezvény kimenetelét. A résztvevők összehangolódása a nagygyűlések sikerének kulcsa. Hogy a szinkronizáció mennyire nem csupán a szervezőkön múlik, arra a 2013-as október 23-i baloldali demonstráció a példa. A Műszaki Egyetem előtt tartott rendezvényen fordult elő ugyanis, hogy a résztvevők skandalással, fütyüléssel, bekiabálással fejezték ki a színpadon állók teljesítményéről alkotott véleményüket.

A nagygyűlések egyik típusa az állami ünnepekhez kapcsolódó megemlékezés: legfőképpen a március 15-i és október 23-i rendezvények. Az előbbi a liberális körök tartják nagyobb becsben, az utóbbi a jobboldali, de még inkább a nemzeti radikális körök számára a politikai kalendárium piros betűs napja. Május elsején a baloldali rendezvények mutatkoznak jelentősebbnek. A helyszínek tekintetében is kialakulni látszik tartós kötődés: a Hősök tere, majd később a Deák tér a nemzeti radikálisoké, a Március 15-e téren, a Szabad sajtó útján és az Oktogonon a baloldal, míg a Nemzeti Múzeum előtt a Fidesz szokott ünnepelni. A Trianoni békeszerződés elleni rendszeres utcai demonstráció is vonz kisebb-nagyobb tömegeket a nemzeti radikálisok köréből. A holokauszt magyarországi emléknapján rendezett Élet Menetén pedig baloldali politikusokkal lehet találkozni.

Közös ünneplések, megemlékezések tehát nincsenek szokásban. Az államfők gyászszertartása sem tekinthető a magyar politikai közösség összetartozását felmutató eseménynek: a Göncz Árpád egykori köztársasági elnök temetéséről készült fénykép tanulsága szerint a tömeg látványosan elhúzódott Orbán Viktor és Lévai Anikó mellől.

A megemlékezések mellett egy-egy ügy melletti kiállítás vagy a mindenkor kormány elleni tiltakozás is az utcára szólítja a választópolgárokat. Az 1990 és 2015 közötti időszakban a legaktívabban a közszolgálati médiával szembeni elégedetlenség miatt, az EU csatlakozás ellen, a határon túli magyarokkal való szolidaritás kifejezésére, a Medgyessy- és Gyurcsány-kormány elleni tiltakozás jegyében, illetve a devizahitelek megsejtését, a közbiztonság helyreállítását követelve vonulnak utcára. A tüntetések címzettje többnyire a mindenkor kormány, de kivételt képez a Békemenet, az Orbán-kormányt támogató szimpatizánsok rendezvénye. A rendszerváltozás után több antifasiszta megmozdulás is ismeretes: ezek közül a Charta-tüntetések és a 2013-as „Tömegtüntetés a náciizmus ellen” elnevezésű eseményt kell kiemelni. Ehhez hasonló, de némiképp speciális események a társadalom érzékenyítését célzó megmozdulások, azaz a kirekesztés és a gyűlöletbeszéd elleni „Magyar Tarka!” és a „Pride” felvonulások.

A rendezvények többnyire néhány óra alatt lezajlanak. Ennél hosszabb, hónapokig tartó folyamatos utcai jelenlétet provokált az őszi beszéd és a német megszállás áldozatai emlékművének a felállítás.

A csatornahasználat további jellemzője az erőszakmentesség. A vizsgálat huszonöt évben mindössze néhány megmozduláson fajult tettelegességig a konfliktus. A legvéresebb kétségtelenül a Magyar Televízió 2006

őszén zajló ostroma, és az az évi október 23-i tüntetés. Rongálások és erősebb dulakodás a netadó elleni 2014-es tiltakozás kapcsán is ismert. Ellentüntetők persze meg-megjelennek a másik oldal eseményein: az SZDSZ rendezvényeit, a „Pride”-ot, a Békemeneteket és a Magyar Gárda megmozdulásait szidalmazásokkal zavarják meg. A tömegrendezvényeken a verbális és fizikai erőszak áldozatai többnyire a megjelentek közül kerülnek ki, de atrocitások érnek újságírókat, rendőröket és politikusokat is. Például Demszky Gábort, Budapest főpolgármesterét többször tojásokkal dobálják meg.

A magyar politikai kommunikáció története szerint tipikusan nagyvárosi kommunikációs csatornáról van szó. A huszonöt év legnagyobb tömegeket vonzó rendezvényeinek helyszínét Budapest adja.

Közvetett, egyirányú csatorna

Nyomtatott közéleti sajtó

Az írott sajtó a magyar politikai kommunikáció hagyományos csatornája. Legnagyobb befolyása a rendszerváltás utáni évtizedben van. Ez idő tájt minden politikai oldal meg van győződve arról, hogy a politikailag legaktívabb választópolgárokhoz a napilapok oldalain keresztül vezet az út. Ezt a vélekedést megerősítik az olvasottsági adatok: becslések szerint a *Népszabadság* 300 ezer, a *Magyar Nemzet* 170 ezer, a *Magyar Hírlap* 100 ezer, a megyei napilapokból több, mint egymillió példány fogy az évtized elején.

A korai éveket tehát a politikai-közéleti újságok főségéről alkotott kép határozza meg. A választópolgárok országos vagy helyi lapokat vásárolnak, ha politikai témákról akarnak információt szerezni. A pártok pedig nagy erővel igyekeznek megtartani vagy megszerezni az újságírók figyelmét, szimpátiáját, annak érdekében, hogy a nekik kedvező ügyeket és kommentárokat lássák a lapok hasábjain. Sőt, a komolyabb erőforrással rendelkező politikai formációk megpróbálják megszerezni az újságok feletti kontrollt, vagy lapalapításba kezdenek.

A politikusok sohasem tartják megfelelőnek a sajtó által biztosított nyilvánosság minőségét. Különösen a jobboldalon panaszkodnak arra, hogy az Antall-, a Boross- és az Orbán-kormány erős baloldali médiaellen-szélben dolgozik, kommunikációjuk nem jut el a választókhoz, míg az ellenzék megnyilatkozásait baráti sajtófigyelem övezi. Ennek ellensúlyozására igyekeznek megteremteni a számukra kedvező tálatást biztosító lapok családját, amelynek része a *Magyar Nemzet*, az *Új Magyarország*, a *Pesti Hírlap*, a *Heti Válasz*, és a *Demokrata*. Ezek közül a *Magyar Nemzet* a legtekintélyesebb, már csak a példányszáma és a múltja miatt is. 2015 végére a jobboldali médiabirodalom megszilárdulását látjuk, ám az olvasottság tekintetében még mindig messze elmaradnak a baloldalhoz köthető nyomtatott sajtóétól. Az is elmondható, hogy ezek a lapok lojálisabbak és kevésbé kritikusak a jobboldali politikusokkal és kormányokkal szemben. Hasonló lojalitás a politikusok oldaláról is megnyilvánul: Orbán Viktorral, az általa vezetett kormányokkal és a Fidesszel kapcsolatban látszik a legélénkebben, hogy 2010 után mely médiumokat kívánja csatornának használni és melyeket nem. Az utóbbiaktól a miniszterelnök határozottan elzárkózik, interjút nekik nem ad. Ez a gyakorlat mindig megütközést kelt a baloldalon, okaként Orbán Viktor autoriter hatalomgyakorlását és arroganciáját emlegetik.

Már a korai években világossá válik, hogy a nyomtatott lapok piacán kevés a tér a politikailag kiegyensúlyozott, objektív vagy legalább a belső pluralizmus elvét követő termékeknek. Az újságok közül néhányan (*Népszabadság*, *Élet és Irodalom*) próbálkoznak azzal, hogy a különböző politikai háttérrel, véleményekkel rendelkező publicisták írásainak teret engedjenek, de olvasói vagy tulajdonosi nyomásra megszüntetik a gyakorlatot. Az ellehetetlenülés veszélyére válaszul a *Népszava* és a *Magyar Narancs* markánsabbá teszi ideológiai karakterét, a *Magyar Hírlap* pedig politikai oldalt vált: liberális irányultságát az új tulajdonos hatására jobboldalra cseréli.

A csatornahasználat szempontjából érdekes kísérletbe fognak 2015. február 6-a után a Simicska Lajos érdekességébe tartozó lapok. Simicska és Orbán Viktor szakítását követően a *Magyar Nemzet* és a *Heti Válasz* eltávolodik a Fidesztől, mégis 2015 végéig megmaradnak a nemzeti-polgári centrumra jellemző kommunikációs eszközöknek. Ez magyarázza azt, hogy ami a Simicska Lajos által favorizált Jobbikot illeti, ha látszik valami a pártból a vállalkozó tulajdonában levő újságokban, akkor az a leginkább olyan ügyek, metaforák, diskurzusok és egyéb modalitások mentén jelenik meg, amik belefértnek a jobbközép, a nemzeti-polgári centrum szemiotikai konfigurációjába. Nem meglepő, hogy például a *Magyar Nemzet* a kormánykritikus aktuálpolitikai fejtegetését többnyire azzal zárja, hogy a Fidesz még vissza tudna fordulni a rossz irányba vivő úton, még meg lehetne állítani a párt népszerűségvesztését, a Jobbik előretörését, a jobboldali emberek kiábrándultságon alapuló passzivitásba vonulását.

Ami a működés pénzügyi hátterét illeti: biztosan állítható, hogy a csatorna fenntartását, működését nem fedezik az olvasói előfizetések, vásárlások. A külföldi tulajdonlás mellett erős pártkötődéssel rendelkező hazai befektetők (például a Mahir) és pártalapítványok (például a Szabad Sajtó Alapítvány, a Természet- és Társadalombarát Fejlődésért Közalapítvány) jelenléte a vizsgált időszak egészében jelentős. A tulajdonlás mellett a másik támogatási lehetőség, hogy az egyes kormányok által fontos csatornának elkönyvelt sajtótermékeket állami cégek reklámjaival és kormányhirdetésekkkel előnyös helyzetbe hoznak. Speciális helyzetben van a nemzeti radikális körhöz köthető újságok közül a *Magyar Fórum* lapcsalád, a *Barikád*, majd később az alfahir.hu és az N1TV. Ezek ugyanis közvetlenül a MIÉP, illetve a Jobbik irányítása alatt állnak. Ennek tudható be, hogy a párt vezetőit és képviselőit itt rendszeres és barátságos fogadtatásban részesítik, nekik fontos ügyeket és diskurzusokat felkarolják, az ellenfeleket viszont nem kímélik. Az sem példanélküli, hogy a pártok aktivistái és képviselőjelöltjei az ott publikálók köréből kerülnek ki.

Említést kell még tenni azokról a politikai-kulturális folyóiratokról, amelyek a közéleti témák iránt fogékony, politikailag elkötelezett értelmiség kommunikációs csatornáiként működnek. Az itt megjelent írásokon keresztül többnyire a formális párt- vagy kormányzati pozícióval nem rendelkező szellemi élet képviselői vagy a korabeli vezetésből kiszoruló politikusok mondják el véleményüket a magyar társadalom, politika, gazdaság, kultúra gondjairól és megoldási lehetőségekről. A cikkek terjedelmesek, jellemzően filozofikus stílusúak, és nagy teret kapnak az intellektuális, ideológiai és tudományos tartalmak. A diszkutált kérdések jellemzően elkülönültek: a liberális holdudvarhoz kötődő lapok (*Beszélő*, *Élet és Irodalom*) oldalain az egyház és politika viszonya, a kisebbségek, az emberi jogok, a média, a gazdaságpolitika, a média, a kultúrpolitika témáiról esik sűrűn szó, míg a határrevízióról, a népességfogyásról, a határon túli magyarok megsegítéséről, illetve a szuverenitásról a nemzeti radikálisok újságjai (*Magyar Fórum*, *Havi Magyar Fórum*, *Kárpátia*, *Nemzetőr*) tájékoztatnak. A *Mozgó Világ*, az *Eszmélet*, a *Kritika*, az *Egyenlítő* és a 2000 a baloldalhoz kötődik. A *Kommentár* pedig a jobbközép folyóirataként válik ismertté.

Populáris sajtó

A tabloid sajtó (például a *Blikk* és a *Bors*) és az online portálok (például az *Index.hu*, az *Origo.hu* és a *24.hu*) a 2000-es évektől válnak a magyar politikai kommunikáció csatornáivá.

A bulvárlapok a kedvezőbb áruk, a képes anyagaik, a rövid cikkek és a hírességeket bemutató tartalmaik miatt lesznek kedveltek. A bulvársajtó, mint csatorna fénykora a 2000-es évek eleje: népszerűségének csúcsán a *Blikk* közel 180 000, a *Bors* körülbelül 82 500 eladott példányszámmal ér el, és ezzel a két lap nemcsak a saját kategóriájában, hanem a komoly hangvételű napilapokat (*Népszabadság*, *Népszava*, *Magyar Nemzet*, *Magyar Hírlap*) megelőzve a nyomtatott sajtó piacán is vezető szerepre tesz szert. Növekvő népszerűségüket a politikusok hamar felismerik, és keresni kezdik az új médiumok figyelmét. A tabloid média kiszolgálására tett erőfeszítések jele a politikusok magánéletére vonatkozó hírek megjelenése.

Az online portálok a gyors és ingyenes hírszolgáltatásuk miatt terjednek el, a vizsgált időszakban gombamód szaporodnak a csak weben elérhető tartalmakat gyártó honlapok. Az 1995-ben megszületett *Internettót* tekinthetjük a hazai internetes újságok előfutárának. Politikai relevanciáját mutatja az 1997-es miniszterelnöki interjú. A Horn Gyulával rögzített beszélgetéshez annyian akarnak hozzáférni, hogy az lefagyasztja az weblap szerverét. A professzionális szerkesztőséggel és speciális üzleti modellel működő első portál az *Index.hu* és az *Origo.hu*. Kettőjük dominanciája mellett több online újság is komoly befolyásra tesz szert: látogatottságuk hullámzik ugyan, de a *Ma.hu*, a *Stop.hu*, a *24.hu*, a *Népszabadság Online*, a *magyarnemzet.hu*, a *Hírszerző* és a *HVG Online* a korszak internetes közéleti lappiaciának jelentős szereplője.

Az online újságírás teszi igazán láthatóvá először a fogyasztói aktivitást. Ennek jó példája az *Origo.hu*-n évekig működő chatszoba, ami kampányidőszakokban megtelik jobboldali és baloldali politikusokkal egyaránt: az előbbieket Orbán Viktor, Kósa Lajos, Schmitt Pál, Herényi Károly és Gémesi György, az utóbbiakat Gyurcsány Ferenc, Kóka János, Ungár Klára, Fodor Gábor és Domszky Gábor képviseli. Magas rangú kormánytisztviselők is szívesen használják csatornának: a chatszobában Molnár Lajossal és Göncz Kingával (miniszterek), Szetey Gáborral (államtitkár), és Batiz Andrással (kormánybiztos) is lehet találkozni. A társalgás csapongó, rövid és meglehetősen informális. A témák véletlenszerűen, vagy legalábbis annak tűnően vetődnek fel, a megszólalók a néhány szavas kérdésekre hasonló tömörséggel válaszolnak, néhányan felajánlják a tegeződést, többször kereszt- és/vagy beceneveket használva hivatkoznak a politikustársaikra (Szabó, 2008).

Közszolgálati média

A csatornakészlet használatát meghatározta, hogy a 1990-es évek elején a magyar politikai elit szentül hitt az elektronikus média választókat befolyásoló erejében. A közszolgálati televízió és rádió feletti uralom, vagyis a legbefolyásosabb csatorna megszerzése a politizálás kulcskérdésének minősült. A vitában megkérdőjeleződött a csatorna semlegessége, ugyanis a jobboldali erők értékelése szerint a közmédiában dolgozó riporterek és szerkesztők az MSZP-t és az SZDSZ-t támogatják, így hiába az 1990-es és 1998-as választási siker, mégis folytonos kommunikációs ellenszélben kell kormányozniuk. Ennek ellenszerét a közszolgálati médiumok megszerzésében, szigorúbb ellenőrzésében látják, hogy a jobboldali pártok és kormányok könnyebben elérjék a csatornát. A baloldaliak a vitában a sajtószabadságra, a kormánytól való függetlenségre és a média őrkutya funkciójára hivatkoznak.

A közszolgálati televíziók és rádiók napi híradók, heti közéleti-politikai összefoglalók, országgyűlési közvetítések, és a kiemelt politikai események közvetítésével tájékoztatják az állampolgárokat a politikáról. Kiemelkednek a kampányidőszakokban zajló programviták, ahol a pártok képviselői bemutatják szakpolitikai elképzeléseiket, a pártelnöki és miniszterelnök-jelölti viták, továbbá egy-egy nagyobb téma kapcsán rendezett ütközetek, például az 1991-es Kónya–Pető vita. A kormányfők csatornahasználati specifikuma a heti rendszerességgel megtartott húsz-harmincperces miniszterelnöki interjúk, amiket Orbán Viktor honosít meg az 1998-tól 2002-ig tartó ciklusban. A hagyományt Gyurcsány Ferenc is folytatja.

A magyar politikai kommunikációban műfajteremtő a Nap-TV, ami később Napkelte néven fut a Magyar Televízió reggeli sávjában. A műsor elsősorban a nézettsége és témakijelölő funkciója miatt válik jelentőssé, semlegességét azonban folyamatos vitatják. A nemzeti radikálisok és a jobboldal baloldali elfogultsággal vádolja, rendre a szocialista-liberális kormányok kiszolgálójának, „lakájmédiának” nevezi.¹⁹ Az első Orbán-kormány idején az MTV megszünteti a műsort, így a Napkelte 2002-ig a baloldalhoz kötődő ATV-n működik tovább, majd az új kormány alatt visszatér a közmédiába. Közszolgálati jellege azonban erősen kérdéses, mivel a Fidesz és a KDNP politikusai egy időben nem hajlandók interjút adni a műsornak.

¹⁹ Gyárfást akarták megszívadni Schmitt miatt, *index.hu*, 2007. március 6. (<https://index.hu/belfold/gytvsschp03/>)

Ami a közszolgálati rádiót illeti: itt is hamar kialakul a politikai műsorok arcéle. A radikálisok csatornája a *Vasárnapi Újság*, a baloldalé a *168 óra* és a *Megbeszéljük*, a liberális körök a *Gondolatjel* köré csoportosulnak. A hallgatók valószínűleg egy idő után megtanulják azt, hogy ha valamely fenti műsorban valaki megszólal, vagy valamilyen téma ott pozitív kommentárban részesül, akkor az adott politikai közösségnek kedvező róla a véleménye.

A második és harmadik Orbán-kormány ideje alatt a közszolgálati média teljesen elfogult, messzemenőig kormánypárti politikai műsorokat sugároz. Ebben elsősorban a Kossuth Rádió és különösen a 2015. március 15-én elindított M1 televíziós hírcsatorna jár az élen.

Kereskedelmi adók

A kereskedelmi televíziók 1997-es megjelenése és gyors uralomra jutása a politikai kommunikáció új csatornáit nyitja meg Magyarországon. Ez nemcsak mennyiségi, hanem minőségi változásokat is eredményez. Az RTL Klub és a TV2, a két vezető csatorna alaposan átalakítja a hírfogyasztási szokásokat. A nézők nagyon hamar átpártolnak hozzájuk, és leginkább a Magyar Televízió hírműsorai veszítenek a népszerűségükből. A közéleti hírszolgáltatásukra nagy általánosságban jellemző, hogy komoly politikai-közéleti témákban a külföldi hírekkel szemben prioritást élveznek a belföldi hírek. Míg a közszolgálati televíziók híradói részletesen tárgyalják a közérdekű eseményeket, a kereskedelmi televíziók híradói egyre inkább a bulvárhírekre fókuszálnak. A korai években erőfeszítéseket tesznek a kiegyensúlyozott politikai tájékoztatás megvalósítása érdekében, amit leginkább az egyharmados elv követésével képzelnek el: a hírek egyharmada az ellenzékéről, második harmada a kormánypártokról, harmadik harmada pedig a kormányról szól.

A két csatorna kezdetben erősen próbálkozik az 1996-os médiatörvény által kötelezővé tett híradókon felüli politikai műsorok készítésével. Idővel azonban a politikával kapcsolatos események bemutatása visszaszorul, az ezredforduló környékén már a híradók is alig-alig – és akkor is pár másodpercben – tájékoztatnak a pártok és a kormány lépéseiről (Terestyéni, 2007; Németh, 2010). A képet némiképpen árnyalja az RTL Klub hírszerkesztési gyakorlatának változása 2014-ben. Ekkor előtérbe kerülnek az Orbán-kormányt negatív színben feltüntető témák.

A politikusok, megérezvén a közéleti műsorok kiüresedését, igyekeztek a televíziók szórakoztató műsoraiba betörni. Az újfajta csatornahasználat fontosságának jele, hogy a politikusok nemcsak elérhetővé teszik magukat az efféle műsorokban, hanem igyekeznek elsajátítani azok szabályait: rövid, humoros, kedves történetekkel készülnek, a családjukról beszélnek. Gyakori, hogy tegeződő formulát választanak. Legjobb példák: Orbán Viktor a Frizbiben²⁰, illetve a Kölykök²¹ című műsorban, Medgyessy Péter a Banánhéj²² című szórakoztató sorozatban, Rogán Antal és felesége, Rogán Cecília a Mr & Mrs sztárpár show-ban²³, Gyurcsány Ferenc egy valóságshow-hoz hasonló beszélgetős műsorban (Összezárva Friderikusszal)²⁴. Ebben sincs nagy különbség a baloldal és a jobboldal között, viszont érdekes módon a liberálisok és a nemzeti radikálisok távol maradnak a hasonló formátumoktól.

Az RTL Klub és a TV2 mellett az ezredfordulón kezdik meg működésüket a magánkézben lévő, de közszolgálati tartalmakat sugárzó tematikus televíziós és rádiós csatornák. Kiemelkedik közülük a HírTV, ami a jobbközép csatornája, és az ATV, ami a balközépé. A rádiók piacán is hasonló felosztást találunk: a Lánchíd Rádió a jobboldali, a Klubrádió a baloldali politikai kommunikáció csatornája. A 2015-ös G-nap után a

²⁰ 2008. március 3.; 2009. június 21.; 2010. április 11.; 2011. május 1.

²¹ 2009. január 21.

²² 2004. április 17.

²³ 2010. március 1.

²⁴ 2015. június 7.

jobboldalon felértékelődik az Echo TV, ahol a Fideszhez közeli újságírók, értelmiségiek – Bayer Zsolt, Bencsik András, Bogár László, Boros Imre, Szaniszló Ferenc – rendszeresen hangoztatják a kormányt támogató nézeteiket.

A nemzeti radikálisok üdvözik a Pannon Rádió elindulását, és később is a magukénak vallják, az ellenzői pedig kritikaként róják fel a MIÉP-es támogatást, és törvénysértéssel vádolják a rádiót. Az adó bár könnyűzenei profilú, kilóg a korabeli kereskedelmi rádiók sorából: csak magyar zenét játszik, félóránként saját gyártású híreket ad, és egyházi műsorokat sugároz. Zenei arculatát Nagy Feró és Schuster Lóránt határozzák meg, akik a magyar rockzene dominanciáját hirdetik. A rádiót többször megbüntetik gyűlöletkelő tartalmai miatt, és emiatt többtucat hazai zenész és művész bojkottot hirdet a rádió ellen. A rádióban szokatlanul hosszú, 3:30 perces MIÉP-et hirdető spotok jelezik, hogy a rádió szellemisége nem áll messze a pártétól.

Közvetett, kétirányú csatorna

Web 1.0, telefon, SMS

A magyar pártok élen járnak a digitális platformok kommunikációs felhasználásában. A csatornahasználat korai példái a párthonlapok: az SZDSZ és a Fidesz már 1996-tól, az MSZP 1997-től, az MDF és a MIÉP pedig 1998-tól működtet webes felületet. A hazai politikai kommunikációban a 2002-es választási kampány az első, amelyben az internet nagyobb szerephez jut, ráadásul az állampolgárok részéről is váratlanul erős online aktivitás nyilvánul meg.

A Fidesz honlapja a korszak végére részlet- és információgazdag felületté válik: található itt média- és blogajánló, dokumentum- és médiatár, sajtóanyag és hírarchívum, esemény- és medianaptár, több tematikus hírrovat, vagyis mindaz, ami egy informatív párthonlapra jellemző. A fontosabb kampányokra újabb webes felületeket és kampányoldalakat hoznak létre, például: *gazdasagikonzultacio.hu*; *szabad-europa.hu*; *valasztas2009.fidesz.hu*; *katyu.hu*; *gyurcsanyahibas.hu*, stb. Orbán Viktor az egyik első politikus, akinek személyes honlapot hoztak létre (*miniszterelnok.hu*, később *orbanniktor.hu*).

Az MSZP-nek 1996 óta van honlapja, de a 2002-es kampány idején nehéz rajta eligazodni, és inkább szolgálja a párttagság belső kommunikációját, mint a választók tájékoztatását. Az online eszközök a 2006-os kampány idején is kevésbé fontosak a MSZP-nek, annak ellenére, hogy ekkor már egy egész honlap-csoport tartozik a párthoz.

A kisebb pártok számára az internet stratégiai jelentőségű csatorna. Előbb az SZDSZ, később az LMP és a Jobbik vezet be jelentős innovációkat. A liberálisok honlapján tűnnek fel azok a kérdőívek, melyek kitöltésével a szimpatizánsok és a párt közötti kapcsolatot ösztönzik. Ami az LMP-t illeti: alig pár hónappal a 2008-as amerikai elnökválasztási kampány után a párt az Obamáéhoz hasonló internetes adománygyűjtő akcióba kezd.

A Jobbik hivatalos honlapján pedig több interaktív elemet találunk: a honlapon fel lehet iratkozni hírlevélre, és 2010. március 9-től az összes hír megoszthatóvá válik az egyes közösségi oldalak segítségével. A párthoz kapcsolódó rendezvényekről az eseménynaptár értesít. Ez az esetek többségében a lakossági fórumok pontos helyét és időpontját tartalmazza, vagyis a csatorna a nemzeti radikálisok toborzását is igyekszik elősegíteni.

A választókkal való személyes kapcsolattartás érdekében a pártok 2002 körül változatos telefonos marketing csatornákat is csatasorba állítanak. Valódi kétirányú, közvetlen kapcsolattartásra adnak lehetőséget a zöld számok, míg a nagyobb parlamenti pártok telefonos kampányokat folytatnak: a választókat a vezető politikusok keresik fel élő vagy előre rögzített hangon.

Egyértelmű újítás a Demokratikus Koalíció 2014-ben bevezetett mobil applikációja, a NapiFeri, amelyen keresztül minden nap rövid üzenetek érkeznek arról, hogy Gyurcsány Ferenc mit gondol, mit tesz, merre

jár, mikor és hol lehet vele találkozni. Az SMS-ek a választói meggyőzés és mobilizáció fontos csatornái, a kampány során több millió politikai üzenetet köröztetnek. Itt lényeges igazán az állampolgári aktivitás: az üzenetek mobiltelefonon történő terjesztésében a választók komoly szerepet vállalnak. A választások előtt terjedő SMS-ek az állampolgárok egymás közötti politikai kommunikációjában fontos csatornának tekinthető.

A rendszerváltozás utáni negyedszázadban több olyan fejleményt találunk, amikor a telefon és az SMS megváltoztatja a média és a közönség közötti interakciókat. A politikai-közéleti csatornákon meghonosodnak a betelefonálás műsorok, amelyekben a nézők és a hallgatók hosszabb-rövidebb ideig szóban vagy SMS-eken keresztül elmondhatják a politikával kapcsolatos véleményüket. Ezekre a műfajokra mindegyik politikai oldalon mutatkozik igény. Nagyjából hasonló műsorokkal lehet találkozni a Klubrádióban, a Lánchíd Rádióban, a Pannon Rádióban, az ATV-ben, a Hír TV-ben és az Echo TV-n: a műsorvezető felvet néhány témát, a betelefonáló pedig hozzászól. A műsorvezető a beszélgetés aktív szereplője, segíti a hozzászólót az álláspontja kifejtésében, érveit támogató közbevetéseket tesz. Néha valódi vita is kialakul, ám a felek többnyire egyetértenek az ellenoldal szapulásában.

Web 2.0: az internetes fórumok és a közösségi média

A Web 2.0-ás csatornák Magyarországon nagyjából ugyanakkor jelennek meg, amikor a nyugat-európai országokban. A nagyobb pártok feltűnő gyorsasággal veszik át a külföldön bevált online kampánymódszereket. Például Gyurcsány Ferenc egyedülálló módon, már a 2006-os kampányban, miniszterelnökként indít blogot, amely páratlanul sikeres csatorna lesz. Olyannyira, hogy számos kormányzati bejelentés ezen a felületen keresztül jut el a választókhoz és az újságírókhoz. A blog tekintélyes közösségteremtő erőt tud felmutatni: amikor Gyurcsány Ferenc 2009 márciusában lemond a miniszterelnöki posztról, elkötelezett szimpatizánsai itt biztosítják a támogatásukról, és buzdítják a politikai karrierjének folytatására. A Gyurcsány-blog karrierje után több politikus is blogolásba kezd (például Demszky Gábor és Schmitt Pál).

A blogok nemcsak a politikusok körében népszerűek. Az újságírók egy része saját vagy álnéven online naplózásba kezd: a politikával kapcsolatos benyomásairól, véleményéről itt ad tájékoztatást. Az állampolgárok egy része is intenzív, sokdimenziós, többkörös interakciókat folytat: a nagyobb médiaszolgáltatók által biztosított tárhelyet és sablonokat használva blogot vezet, olvassa mások webnaplóját, kommenteket fűz hozzá, majd visszatér saját blogjához, ahol a többiek reflektálnak a bejegyzésére, ő pedig viszontválaszokat ad. A magyar választók nagyon aktívnak és találékonynak bizonyulnak a különféle kampányanyagok – montázsok, filmek, versek, viccek – előállításában és terjesztésében. Ennek kiaknázására elsőként az SZDSZ tett kísérletet, amikor a 2002-es kampányban gyűjteni kezdte a választók ötleteit (*szaamizdata.szdsz.hu*). Az ötlet sikerét bizonyítja, hogy 2004-ben már nemcsak az SZDSZ, hanem a Fidelitas is csinál hasonlókat. A spontán, tömeges állampolgári digitális aktivitás 2002-ben, a két forduló között nyilvánul meg először igen magas fokon. Innen nézve tehát úgy tűnik, mintha az online kampányolás hazai fejlődésében – legalábbis az állampolgári részvétellel szempontjából – nem válnék szét markánsan a Web 2.0 előtti és utáni korszak, épp ellenkezőleg: mintha 2002-ben egyszerre érte volna el ezt a két lépcsőfokot a hazai politikai kommunikáció (Dányi – Sükösd, 2002; Mihályffy *et al.*, 2010; Balogh, 2011; Bene, 2019b)

2010 után látványosan csökken a politikus szereplők online honlapjainak jelentősége, és előtérbe kerül a 2000-es évek végétől Magyarországon is egyre népszerűbbé váló nemzetközi közösségi oldal, a Facebook. A politikai szereplők önálló, csak a saját személyükhöz kapcsolódó csatornához jutnak: a politikusok és pártok jelentős része az állampolgárok által követhető saját oldalt indít, ahol folyamatos kommunikációt folytathat a követőivel. A legnagyobb követői táborral a Fidesz bír, a politikai mezőnyből végig kiemelkedik Orbán Viktor, aki nemzetközi összehasonlításban is jelentős követőszámmal rendelkezik. A parlamentbe 2010-ben bejutott két új párt, a Jobbik és az LMP, a kampány során aktívan és kreatívan alkalmazza a közösségi oldalakat. Az MSZP viszont érdekes mód meglehetősen gyengén szerepel ebben.

A 2014-es kampány idején a közösségi média a politikai kommunikáció bevett csatornája: mind a politikusok, mind az állampolgárok szívesen keresik a kapcsolatot egymással a Facebookon keresztül. Ezt a számok is alátámasztják: a miniszterelnök-jelöltek közül Orbán Viktor csaknem az ötszörösére, Vona Gábor a tizenháromszorosára, Mesterházy Attila pedig a száznegyvenkétszeresére növelte a követői számát. Ezzel mindhárom politikus kétszázezernél több követővel rendelkezett, de a Jobbik, az Együtt, a Fidesz és az MSZP pártoldalait is százezernél több felhasználó követte.

A magyar politikusok Facebook- oldalaira sok link és információ, valamint kevés támadó és privát poszt jellemző (Merkovity *et al.*, 2012; Merkovity *et al.* 2014). Ami az egyéb közösségi médiaplatformokat illeti: a Twitter magyarországi jelentéktelenségét egyedül Deutsch Tamás fideszes politikus aktivitása töri meg. Ellenben a *Youtube*-ról legalább 2009 óta tudjuk, hogy a magyar politikai kommunikáció bevett csatornája.

A korszak vége felé elszaporodnak, és ezzel színesítik a csatornahasználatot a közéleti-politikai témákat tárgyaló Facebook csoportok. A közösségi médiában születnek önszerveződések, itt indulnak el tiltakozások, a szervezők a Facebookon hozzák létre az ezeket elősegítő „eseményeket”, amelyekhez az állampolgárok szabadon csatlakozhatnak, amelyeket kommentálhatnak és tovább oszthatnak. Ezek az oldalak egy időben – 2012 és 2015 körül – nagy elérésű csatornává válnak, egy-egy szerveződés nagyobb eléréssel rendelkezik, mint az intézményes politikai szereplők jelentős része. Olyannyira, hogy a korszak legfontosabb civil kezdeményezései a Facebookról indulnak el, és a közösségi médiában való megszerveződés után lépnek át az offline térbe.

A legbefolyásosabb közülük az „Egymillióan a magyar sajtószabadságért” elnevezésű csoport, amelyik 2010. december 21-én jön létre a közösségi médiában szerveződő állampolgárok köréből. A tiltakozók a média-törvény ellen és a sajtószabadság mellett emelnek szót, először csupán a digitális felületen, később nagy létszámú utcai tüntetéseken is. A Facebook-csoport Milla néven egyesületté alakul, majd ez megszűnik, és az aktivisták ismét az online térben fejtik ki erőfeszítéseiket.

Hasonló sikereket könyvelhet el az internetadó elleni 2014-es tüntetéseket és a hallgatói mozgalmakat szervező Facebook-csoport, valamint a Migration Aid. Ezek a baloldalhoz kötődő Facebook-oldalak hamar nagyszámú követőt szereznek: a Milla például rövid idő alatt a közösségi média legkövetettebb szereplői közé kerül, legalábbis az ellenzéki térfélen.

Népszerűek még az online chatszobák. A legnagyobb és legjelentősebb az *Index.hu* „Politika, közélet” fóruma, ahol számtalan topikot nyitottak politikusok és nem politikusok egyaránt. A legtöbb beírással rendelkező politikai topik a 2001-ben indított és ma is élő „Mit kaptál ma Orbán Viktortól?” című beszélgetésformátum. Az MSZP prominensei (Szanyi Tibor, Szabó Zoltán, Lamperth Mónika, Hegyi Gyula) aktívan használják, napi rendszerességgel részt vesznek a fórum életében, nyíltan vállalva identitásukat. Hasonló gyakorlatot a jobboldalon és a nemzeti radikálisok esetében nem találunk, ám szimpatizánsaik nagyon is jelen vannak a politikai topikok megszólalói között. Külön kiemelendő a kuruc.info online portálhoz kapcsolódó kommentszekció, ahol az internetezők rendre támogatásukról biztosítják a Jobbikot, illetve még radikálisabb lépések megtételére ösztönzik politikusokat.

Az állampolgári vagy annak látszó interakciók online csatornáit olyannyira fontosak, hogy a pártok különböző segédanyagokat bocsátanak rendelkezésre arról, hogy hogyan lehet posztokkal, kommentekkel hozzájárulni a választási sikerhez. Már a digitális politikai kommunikáció hajnalán elterjedt az úgynevezett „bértopikolás” gyakorlata, vagyis a virtuális politikai aktivitás központi szervezése. Mindeközben a Facebook maga is erőteljesen beavatkozik a közösségi média felületein zajló társalgásokba: algoritmusok, hirdetések és tartalmak letiltásával befolyásolja a csatornahasználatot. Az aktivisták és a fizetett alkalmazottak reakciói, illetve az egyéb stratégiai manipulációk azonban nem csökkentik annak valószínűségét, hogy a bejegyzések jórésze spontán, így az online világot továbbra is az állampolgárok által leginkább elérhető, kétirányú politikai kommunikáció csatornájaként tartjuk számon.

A csatornakészlet változásainak trendjei

Az 1990 és 2015 közötti időszak fejleményei közül elsőként a csatornák számának és típusainak bővülésére hívjuk fel a figyelmet. A vizsgált időszak kezdetén jóval kevesebb platformot használnak a politikai aktorok – ezek a közszolgálati médiumok, a heti- és napilapok, az utca, valamint az olyan intézményes fórumok, mint például az országgyűlés. A korszak végén a bővülés szembeötlő: webes felületek, változatos marketing eszközök (levelek, telefonhívások, SMS kampányok, konzultációk, körök, klubok) és sűrű közterületi jelenlétek segítségével zajlik a politikai kommunikáció.

Második észrevételünk a közvetlen kapcsolatot lehetővé tevő csatornák szaporodása. Az 1990 és 1997 közötti években tömegeket a nagymédián keresztül lehet megszólítani, akinek ehhez nincs hozzáférése az országgyűléseken, lakossági fórumokon szólhat a választók kisebb-nagyobb csoportjához. 1997 után egyre inkább terjednek a hagyományos tömegkommunikációs eszközöket megkerülő csatornák, a politikusok igyekeznek a lehető legközvetlenebb módon eljutni a szimpatizánsi köreikhez vagy a bizonytalan szavazókhoz.

A harmadik megállapításunk a politikai kommunikáció közösségépítő erejére vonatkozik. A kezdeti években a csatornák szűkössége miatt egyértelmű, hogy hol található a politikáról szóló diskurzusok. Más szóval: a politikai aktorok számára világos, mely csatornában kell elhelyezni az üzeneteket, a politikai tartalmakat kereső állampolgárok pedig erősen behatárolt számú platformokon találta azokat. A politikai mondanivalóhoz mindenki igyekszik a maga által szerkesztett vagy a számára kedvező fórumot megteremteni.

Az interakciók csatornái az évek előrehaladtával megszorodnak: immár nem magától értetődő, hogy hol zajlanak a releváns diskurzusok, mely csatornán találjuk a választók szemében a politikát meghatározó aktorokat, témákat, értelmezéseket, közlési módokat. A csatornaszűkösség éveiben a kapuőri feladatokat ellátó szerkesztőségek határozzák meg kicsoda, milyen téma és hogyan kerülhet a politikai kommunikáció központjába. Bőség idején azonban a csatornákkal kapcsolatos integrációs mechanizmus megváltozik. Immár a politikától függetlenül divatosá váló csatornák vonzzák a politikai megszólalókat, vagyis a politikusok előbb-utóbb birtokba veszik a népszerű kommunikációs tereket. Jó példa erre az, amikor a politika megjelenik a bulvársajtóban és a kereskedelmi televíziók szórakoztató műsorában.

A csatornaválasztás egyben jelzi azt is, egy-egy párt mely társadalmi csoportokat szeretné magához vonzani. Ez volt a helyzet a közösségi médiával: a Facebookot sokáig a fiatalok médiumaként tartják számon, így az ifjúságot megcélzó kampányüzeneteket a pártok egy ideig inkább a Facebookon keresztül terjesztik. És fordítva: a közösségi médiában sikeres politikai erő megengedhette magának, hogy egy generáció képviselőjeként kommunikáljon a pártról. Ez a Jobbik esete.

Egy-egy politikai közösség és a csatornái között olyan erős lehet a kötelék, hogy az politikai, országgyűlési képviselet nélkül is fennmarad. A vizsgált időszak végén a liberálisok sajtónylvánossága erősebb, mint a képviseletükre szerveződött párt támogatottsága. És valami hasonló a helyzet a MIÉP megalakulása előtt és a parlamentből való kiesése után, továbbá a Jobbik színrelépése előtt: a *Magyar Fórum* című hetilap és a Magyar Út Körökhöz tartozó rendezvények fogják össze a különféle nemzeti radikális csoportokat.

A politikai kommunikáció csatornáit illetően manapság alighanem a legérdekesebb kérdés: lehet-e a csatornabőség korában monopolizálni a politikai vélemények terjedését, nyilvánosságba történő bevezetését? A magyar szakirodalomban megjelent állítás szerint ugyanis 2010 után Magyarországon dominánsan egypólusú nyilvánosság jött létre, amelyben a jelenleg kormányzó pártszövetség uralja a platformok túlnyomó többségét, és lehetetlenné teszi az ellenzéki hangok terjedését (Bajomi-Lázár, 2019).

A csatornák vizsgálata továbbvezet a hozzáférés problémája felé. A politikusok esetében ma is releváns kérdés, hogy miként lehet eljutni a választók nagyobb tömegéhez még akkor is, ha számukra kedvezőtlen folyamatok zajlanak a médiatérben. Míg az állampolgárok szemszögéből a tájékozódás pluralitása a tét: alkalmasak-e a magyar politikai kommunikáció csatornái arra, hogy különböző véleményekkel ismerkedjenek

meg. Ennek eldöntésében azonban a tömegkommunikáció fórumain túli vidékekre is érdemes pillantást vetni: az elmúlt évtizedek tanulsága szerint ugyanis minden politikai oldalnál megvan a tudás a média bekerülésére, s a közvetlen, többirányú kommunikáció nem ismeretlen a választók előtt sem.

Összegzés

A „Politikai kommunikáció Magyarországon, 1990–2015” című kutatás kezdetén a politikai kommunikáció három korszakát különböztettük meg, mégpedig az alapján, hogy milyen új szereplők és jelenségcsoport vált fontossá az adott időszakban. A korszakok azonban a domináns csatornák mentén is értelmezhetők. Az 1990 és 1997 közötti éveket a médiaközpontúság jellemezte: a politikai szereplők közötti interakciók fő fóruma a nyomtatott napi- és hetilapok, valamint a közszolgálati televízió és rádió volt. Mindenki, aki a politikai diskurzus befolyásolására törekedett, a nagymédia figyelmét akarta megszerezni. A másik irányból pedig: aki a politikáról szóló tudását kívánta gyarapítani, újságokat vásárolt, illetve a közmédia hírműsorait követte. A médián kívüli események is többnyire azzal a céllal szerveződtek, hogy bekerüljenek a híradásokba. Az időszak első éveinek nagy politikai vitái között pedig ott találjuk a médiaviszonyokkal, a kormányzati beavatkozással, és a közszolgálatiással kapcsolatos kérdéseket.

A második korszakot a csatornák szempontjából a választék bővülése jellemzi. A 1997 és 2006 közötti évek politikai kommunikációja a tabloid sajtó, a kereskedelmi televíziók és a direkt marketing eszközök dominanciájával írható le.

A 2006 utáni időszak kiemelkedő politikai kommunikációs csatornáit az állampolgári aktivitást segítő fórumok voltak, olyanok, mint az internetes fórumok, a Web 2.0., a közösségi média, és az utcai jelenlét.

Felmerül a kérdés, hogy a csatornák szempontjából látható-e 2015-öt követően újabb szakaszt jelző fejlemény. Vajon napjaink politikai kommunikációját megkülönbözteti-e bármi a csatornahasználat szempontjából? Új kommunikációs eszközök átütő erejéről nincs tudomásunk, ellenben szembeötlő tendencia a csatorna független politikai tartalomfogyasztás. Megfelelő adatok híján mindössze feltételezzük, hogy fellazult a politikai és közéleti interakciók, valamint azok csatornáit közötti kapcsolat. Az ATV vagy a Hír TV közéleti magazinműsorai megtekinthetők televíziós adásként, a televízió honlapján és a közösségi média különböző platformjain. Ugyanazzal a tartalommal tehát többféle csatornán találkozhatunk. Az archívumok és az egyéni felvételek miatt pedig még inkább a fogyasztó dönti el, milyen csatornát használ. Még a sportközvetítések szüneteiben leadott és sokakat irritáló úgynevezett egyperces híradók is kikerülhetővé válnak.

A csatorna és a politikai tartalmak viszonyának átalakulása megmutatkozik egy másik aspektusból is. 2015. február 6-a, vagyis a G-nap utáni történések arra szolgáltatnak példát, hogy a tulajdonos politikai érdekeit szolgáló tartalmak megjelenítése felülírja a csatornahasználat addig szokásos módját: a Hír TV, a Magyar Nemzet és a Heti Válasz rapid át-, majd visszaállítása jelzi a csatorna és a politikai kommunikáció átalakuló viszonyát.

Felhasznált irodalom

Bajomi-Lázár Péter (2019): A patrónusi-kliensi médiarendszer és az újságírói szükségletek Maslow-piramisa. *Médiakutató*. 2019. Tavasz.

Balogh Csaba (2011): A politika közösségiweb-használata Magyarországon. *Médiakutató*. 2011. Nyár.

- Bene Márton (2019a): A baloldali/demokratikus ellenzéki politikai közösség politikai kommunikációja. In: Kiss Balázs (szerk.): *A centralizáció évei. Politikai kommunikáció Magyarországon, 2006–2015*. MTA TK PTI. 70–134.
- Bene Márton (2019b): *Virális Politika: Politikai Kommunikáció a Facebookon*. Doktori Értekezés. Politikatudományi Doktori Iskola, Budapesti Corvinus Egyetem.
- Bene Márton, Bata Attila (2016): A baloldal politikai közösség kommunikációja, 1990–1997. In: Kiss Balázs (szerk.): *Politikai kommunikáció Magyarországon, 1990–1997*. Tanulmányok egy korszak kommunikációs jellegzetességeiről. MTA TK PTI. 186–237.
- Bene Márton, Bata Attila (2017): A baloldali politikai közösség politikai kommunikációja II. In: Kiss Balázs: *A polarizáció évei. Politikai kommunikáció Magyarországon, 1997–2006*. MTA TK PTI. 117–189.
- Cangara, Hafied (2009): *Political Communication; Concepts, Theories, and Strategies*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Deutsch, Karl (1963): *The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control with a New Introduction*. Free Press.
- Farkas Xénia (2017): A liberális politikai közösség politikai kommunikációja 1997–2006. In: Kiss Balázs: *A polarizáció évei. Politikai kommunikáció Magyarországon, 1997–2006*. MTA TK PTI. 306–329.
- Farkas Xénia (2019): A zöld közösség politikai kommunikációja. In: Kiss Balázs (szerk.): *A centralizáció évei. Politikai kommunikáció Magyarországon, 2006–2015*. MTA TK PTI. 209–257.
- Kiss Balázs (2016): A jobbközép politikai közösség, 1990–1997. In: Kiss Balázs (szerk.): *Politikai kommunikáció Magyarországon, 1990–1997*. Tanulmányok egy korszak kommunikációs jellegzetességeiről. MTA TK PTI. 114–185.
- Kiss Balázs (2017): A jobbközép politikai közösség kommunikációja, 1997–2006. In: Kiss Balázs: *A polarizáció évei. Politikai kommunikáció Magyarországon, 1997–2006*. MTA TK PTI. 190–305.
- Kiss Balázs (2019): A nemzeti-polgári centrum politikai kommunikációja. In: Kiss Balázs (szerk.): *A centralizáció évei. Politikai kommunikáció Magyarországon, 2006–2015*. MTA TK PTI. 10–69.
- Kiss Balázs, Nábelek Fruzsina, Farkas Xénia (2017): A liberális politikai közösség kommunikációja, 1990–1997. In: Kiss Balázs: *A polarizáció évei. Politikai kommunikáció Magyarországon, 1997–2006*. MTA TK PTI. 466–448.
- Maarek, Philippe (2011): *Campaign Communication and Political Marketing*. Wiley-Blackwell.
- Merkovity, Norbert, Imre, R., Major, S. (2014): Social Media Innovation in Political Communication: Alternative or Mainstream?, In: Nemeslaky, A. (szerk.): *ICT Driven Public Service Innovation: Comparative Approach Focusing on Hungary*. National University of Public Service Institute of International Studies, Budapest.
- Mihályffy Zsuzsanna (2006a): Átszervezés, adatbázis, tesztüzem. A Fidesz 2004-es európai választási kampánya. In: Kiss Balázs, (szerk). *Távolabb a médiától! 2004-es kampányok elemzése*. Budapest: L'Harmattan. 72–94.
- Mihályffy Zsuzsanna (2006b): Csak könnyedén? Az SZDSZ európai kampánya. In: Kiss Balázs (szerk): *Távolabb a médiától! 2004-es kampányok elemzése*. Budapest: L'Harmattan. 96–116.
- Mihályffy Zsuzsanna (2009): *Politikai kommunikáció elméletben és gyakorlatban*. Budapest: L'Harmattan.
- Mihályffy Zsuzsanna, Szabó Gabriella, Takács Miklós, Ughy Márton, Zentai Lili (2011): Kampány és Web 2.0. A 2010-es országgyűlési választások online kampányainak elemzése. In: Sándor Péter – Vass László (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve 2010-ről*. Budapest: DKMKA (elektronikus kiadvány).

Németh Ákos Lehel (2010): Esti hírműsorok – válságban televíziós híradók a 2009-es EP kampány idején. In: Mihályffy Zsuzsanna – Szabó Gabriella (szerk): *Árnyékban. Az európai parlamenti választási kampányok elemzése*. MTA PTI. 131–143.

Shannon, Claude E., Weaver, Warren W. (1963): The mathematical theory of communications. University of Illinois Press.

Sükösd Miklós, Dányi Endre (2002): Politikai vírusmarketing: m-politika akcióban. In: Nyíri Kristóf. (szerk.) Mobil közösség, mobil megismerés. Budapest, MTA Filozófiai Kutatóintézete.

Szabó Gabriella (2008): Internetes hírportálok nyomában. *Politikatudományi Szemle* XVII. évfolyam, 4, 57–76.

Szabó Gabriella (2016): Népi radikálisok, 1990–1997. In: Kiss Balázs (szerk): *Politikai kommunikáció Magyarországon, 1990–1997. Tanulmányok egy korszak kommunikációs jellegzetességeiről*. MTA TK PTI. 238–274.

Szabó Gabriella (2017): Nemzeti radikálisok, 1997–2006. In: Kiss Balázs: *A polarizáció évei. Politikai kommunikáció Magyarországon, 1997–2006*. MTA TK PTI. 380–465.

Szabó Gabriella (2019): Nemzeti radikálisok politikai kommunikációja. In: Kiss Balázs (szerk.): *A centralizáció évei. Politikai kommunikáció Magyarországon, 2006–2015*. MTA TK PTI. 135–208.

Terestyéni Tamás (2007): Televíziós híradóműsorok összehasonlító vizsgálata. *Médiakutató*. 2007. Tél.

Dokumentumok

Antall József (1994) *Modell és valóság, I–II*. Athenaeum Nyomda Rt. 1994.

Bayer Zsolt (2000) *Falig érő liberalizmus 1–2*, Kairosz, Kiadó, Budapest.

Bayer Zsolt (2001) *Hol a pofátlanság határa? Új moralisták, farizeusok*. Kairosz, Kiadó, Budapest.

Bayer Zsolt (2002) *Hol a pofátlanság határa? 2. Új moralisták, farizeusok*. Kairosz, Kiadó, Budapest.

Bayer Zsolt (2003) *Hol a pofátlanság határa? 3. Új moralisták, farizeusok*. Kairosz, Kiadó, Budapest.

Bayer Zsolt (2004) *Ötmillió magyar miniszterelnöke*. Kairosz, Kiadó, Budapest.

Bencsik András (2003) *Fordul a szél*. Artamondo Kft, Budapest.

Bogár László (2003) *Magyarország és a globalizáció*. Osiris Kiadó, Budapest.

Bogár László (2006) *Bokros újratöltve. A megszorítások mitológiájának mélyszerkezete*. Kairosz Kiadó, Budapest.

Bogár László (2007) *Hálózatok világuralma*. Kölcsey Intézet – Argumentum.

Bognár József (szerk.) (2004) „Mi sokkal jobban gyűlölnék titeket.” *Magyarellenes és neosztálinista közbeszéd a magyarországi médiában*. Magyar Ház Kiadó.

Csontos János (2002) *Polgári kaszinó*, Válasz Könyvkiadó, Budapest.

Csontos János (2005) *Ezüstkor. Írások a kétezres évekből*, Nemzet Lap- és Könyvkiadó, Budapest.

Csontos János (Osszián) (2001) *Kétezer leütés*, Magyar Napló Kiadó, Budapest.

Csoóri Sándor (1991) *Nappali Hold*. Püski, Budapest.

Csurka István (1998) *Minden, ami van, I–III. Politikai írások és beszédek gyűjteménye, 1979 - 1998*. Püski, Budapest.

Debreczeni József (2000) *A győzelem ára*. Osiris.

- Debreczeni József (1993) *Melyik játékot játsszuk?* T-Twins Kiadó.
- Debreczeni József (1996) *Restauráció*. Széphalom Könyvműhely.
- Dr. Kende Péter (2006) *Az igazi Orbán. A Viktor 2.* Hibiszkusz Könyvkiadó Kft, Budapest.
- Dr. Kende Péter (é.n.) *A Viktor*. KendeArt Kft, Budapest.
- Elek István (1994) *Advent, és aminek el kellett jönnie*. Pesti Szalon Könyvkiadó.
- Elek István (1995) *Az elfogultságok kerijéből. Publicisztika; Naplótöredékek 1994–95*. Széphalom Könyvműhely, 1995.
- Elek István (1997) *Polgár és kora*. Osiris.
- Fricz Tamás (2004) *Egy következmények nélküli ország*. Kairosz Kiadó, Budapest.
- Fricz Tamás (2006) *Talán mégsem következmények nélküli ország*. Kairosz Kiadó.
- Furmann Imre (1992) *Átutazóban. Válogatott írások*. Officina Nova.
- Für Lajos (1993) *Szabadon szeretnénk sírni*. Püski, Budapest.
- Gondolatok a nemzetért. Válogatás egy millicentenáriumi koncepciópályázat anyagából*. Püski.
- Gyurcsány Ferenc (2005) *Útközben*. Napvilág Kiadó.
- Horn Gyula (1991) *Cölöpök*. Móra Ferenc Kiadó.
- Horn Gyula (2012) *Azok a kilencvenes évek*. Kossuth Kiadó.
- Kiss Gy. Csaba (1999) *A szabadság kísértése. Politikai lecke-szövegek*. Széphalom Könyvműhely.
- Kovács Zsolt – Morvai Krisztina (2007) *Magunkfajták*. Kairosz kiadó.
- Orbán Viktor (2007) *Egy az ország*. Helikon Kiadó.
- Pető Iván (2000) *Politikai curriculum vitae - Cikkeek, interjúk, beszédek*. Új Mandátum Kiadó.
- Pozsgay Imre (1990) *Egy év után, választás előtt. Bíró Zoltán második beszélgetése Pozsgay Imrével*. Püski, Budapest.
- Szegedi Csanád (2012) *Hiszek Magyarország feltámadásában*. Magyar Menedék Könyvesház.
- Vona Gábor (2011) *Fekete bárány, fehér holló*.
- Vona Gábor (2011) *Született augusztus 20-án*.
- Z. Kárpát Dániel (2006) *A civilizáció romjai - környezeti összeomlás és kiút*. Kairosz kiadó.

Látványvilág

Farkas Xénia

A politikai kommunikáció jelentős része nem szöveges tartalmakból épül fel, gondoljunk csak az utak mentén látható óriásplakátokra, a televízióban megjelenő politikai hirdetésekre, vagy egyszerűen csak a politikusok megjelenésére és öltözködésére. Ezek mind üzeneteket közvetítenek, és üzenetként értelmezhetők. Mivel pedig eszerint a politikai kommunikáció részeként értelmezett vizuális kommunikáció ugyanúgy jelentésszerű, mint a verbális közlések, így kutatásunkban megvizsgáltuk a magyar politikai kommunikáció látványvilágát.

A jelen tanulmány a magyar politikai kommunikáció 1990 és 2015 közötti időszakában alkalmazott vizuális eszközkészletének összefoglalására vállalkozik, és arra tesz kísérletet, hogy bemutassa, mi jellemzi a magyar politika látványvilágát. A tanulmányban először röviden bemutatjuk az elméleti keretet, amire a kutatás épült, vagyis azt, hogy mit értünk látványvilág alatt és azt hogyan értelmezzük. Ezt követően felsoroljuk a huszonöt évre leginkább jellemző vizuális elemeket, majd kiemeljük a visszatérően alkalmazott, legfontosabbnak bizonyult komponenseket.¹

A látványvilág mibenléte²

Látványvilág alatt olyan szemiotikai erőforrások összességét értjük, amelyek visszatérően jelen vannak egy-egy közösség vizuális megjelenésében, ezért sokak számára specifikusan kötődnek az adott közösséghez, mintegy azonosítják azt. Olyan elemek tartoznak a politikai látványvilághoz, mint a pártok logói, a közösségek és a politikusok megjelenése, öltözködése, arcszörzete, vagy az egyes szervezetek által rendszeresen használt színek és gyümölcszimbólumok. A kutatás módszeréből adódóan a látványvilágot önálló szemiotikai erőforrásként kezeltük, vagyis a képi elemeket nem a szöveges tartalmak illusztrációjának tekintettük, hanem önmagukban létező, önálló kommunikációs eszközöknek. Ezt a különbségtételt azért fontos megtenni, mert amíg a képeket csupán illusztrációnak tekintjük, addig a jelentésük nem lép túl számunkra az adott szöveges tartalmakon, amihez kapcsolódnak. A mi kutatásunkban viszont a látványvilág önálló jelentéssel bír, a vizuális anyagok a verbális tartalmaktól független, azoktól akár eltérő, jelentéseket is sugallhatnak.

Módszerünk, a társadalomszemiotika, leszögezi, hogy bármely szemiotikai erőforrásnak többféle jelentése és használata, alkalmazása és percepció irányja van, tehát sosem juthatunk el valaminek az egyedüli, az autentikus jelentéséhez. Ehelyett olyan irányokat jelölünk ki, ahogyan bizonyos vizuális elemek értelmezhetők. Például a piros szín – mint vizuális erőforrás – jelölhet veszélyt, de jelképezheti a szerelmet, vagy értelmezhetjük a szocializmus nemzetközileg alkalmazott szimbólumaként is. Vagyis az erőforrások széleskörű értelmezési lehetőségeit feltárva vázoljuk fel, hogy az adott társadalmi környezetben milyen jelentéseket társíthatunk az alkalmazott vizuális komponensekhez.

¹ A fejezetben elemzett képeknek csak a fekete-fehér változatát tudjuk közölni a hagyományos könyv formátumú kiadásban. Az online változatban természetesen az eredeti verziók lesznek láthatók.

² A fejezet nagyban támaszkodik Theo van Leeuwen (2004) *Introducing Social Semiotics* c. könyvére és Gunther Kress (2010) *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. c. könyvére.

A látványvilág elemei és változásai

A magyar politikai kommunikáció huszonöt évének látványvilágát bemutatni nem kis feladat, hiszen a politikai közösségek a korszakban számos egymástól eltérő erőforrást alkalmaznak, és némelyek az összes közösségben jelen vannak ugyan, de különböző felhasználási módokban. Például a narancs, a jobbközép közösség és legfőképp a Fidesz által alkalmazott képi metafora, később megjelenik az SZDSZ kommunikációjában is, de az eredeti felhasználás visszajáról és teljesen más környezetben, ami által új tartalommal töltődik fel. Vagyis bár a magyar politikai közösségekre jellemző vizuális eszköztár néhol átfedéseket mutat, némely elemek csak egy-egy közösségre jellemzők.

Az alábbi táblázat azokat a látványelemeket mutatja be, amelyek a leginkább jellemezték a magyar vizuális politikai kommunikációt. A tanulmánynak nem szükséges foglalkoznia minden felsorolt képi elemmel, hiszen a részletes leírásokat a korábbi kötetek tartalmazzák. Ehelyett azokra az erőforrásokra összpontosítunk, amelyek a leginkább elterjedtek és visszatérően jellemezték a magyar politikai kommunikációt.

A korszakhatárok megállapítása a „Politikai kommunikáció Magyarországon, 1990–2015” című kutatás által előzetesen meghatározott keretekhez igazodik. Vagyis a szakaszhatárok kialakítása során nem a látványvilág elemeinek változásai játszották a legfontosabb szerepet, hanem azok az események, amik fontos kommunikációs fordulatot eredményeztek a magyar politikai kommunikációban, így például a kereskedelmi televíziók 1997. októberi elindulása, vagy az őszi beszéd nyilvánosságra kerülése 2006. szeptember 17-én. Ennek több oka is van.

A látványvilág kiemelkedő változásai nem egyszerre mentek végbe az egész magyar politikai közösségben, így ezekhez nem tudtunk korszakhatárokat kötni. Például a liberális közösség időben az élen jár abban is, hogy egyetlen személyt helyez a látványvilágának a középpontjába, ahogy abban is, hogy az ellenfeleket negatív képi eszközökkel jeleníti meg, a többi politikai közösség csak később követi ezen az úton. Hasonló aszinkronitásra példa az, hogy 1990-ben a nemzeti trikolor használata általánosnak tekinthető az egész magyar politikai kommunikációban, nem sokkal később már csak a jobbközép közösség látványvilágának sajátossága lesz, de 2004-ben visszatér a baloldali közösségben is. A vizuális kommunikáció vizsgálatában tehát nem húzhatók meg olyan korszakhatárok, amik konkrét vizuális kommunikációs eseményekhez, vagy mérföldkövekhez köthetők, ehelyett inkább folyamatként érdemes felfognunk a látványelemek változásait.

1. táblázat. A magyar politikai kommunikáció vizuális komponensei, 1990–2015

	1990–1997	1997–2006	2006–2015
Jobbközép	<ul style="list-style-type: none"> - „a politikus” normalizált képe: öltönyös, jellemzően ötven feletti férfiak - logók: <ul style="list-style-type: none"> • természeti szimbolika • nemzeti, keresztény szimbólumok • a formák és keretek változatosága - karakteres betűtípusok - színek: nemzeti színek, narancssárga, kék - a narancs szimbólummá válása 	<ul style="list-style-type: none"> - sportos, dinamikus harmincas férfiak - kevés nő, kivéve az MDF elnökét: Dávid Ibolya dominanciája - Orbán Viktor dominanciája - a Fidesz logó 2005-ös változása - nemzeti trikolor - a család - celebek - tömegábrázolás: a közösség mérete, a vezető kiemelkedése - színek: nemzeti színek, narancssárga, fehér; a kék szín eltűnése 	<ul style="list-style-type: none"> - negyvenes-ötvenes, megőszült és meghízott férfiak, nők elvéve - a második vonalban új, fiatal arcok, néhány nő is - testi jelek: testesedés, ráncosodás, őszülés - Orbán Viktor dominanciája - tömegábrázolás: <ul style="list-style-type: none"> • Békemenet: a közösség nagysága • migráció: csak férfiak
Baloldal	<ul style="list-style-type: none"> - öltönyös, ötven feletti férfiak - 1990: kollektív vezetés + egyéni vezetők ábrázolása - 1994: egyéni vezetés - Horn Gyula - logók: <ul style="list-style-type: none"> • kezdetben nemzeti színek • később a piros szín dominanciája - a szakértelem ábrázolása - a jövőbe tekintés képi metaforái 	<ul style="list-style-type: none"> - az öltönyös, jellemzően ötven feletti férfiak mellett női vezetők is - Gyurcsány Ferenc: 2002-től kiemelkedő szerep, 2004-től dominancia - a logó 2006-os változása - színek: <ul style="list-style-type: none"> • 2002: kék • 2005: piros, zöld • nemzeti trikolor - EU zászlók 	<ul style="list-style-type: none"> - Gyurcsány Ferenc dominanciája - eklektikus, színes, retro - 2010: egyéni kampány, Mesterházy Attila - mémek - kontrasztállítás - Orbán Viktor negatív ábrázolása - logók 2010 után: összefogás - migráció: nők, gyerekek, családok
Radikálisok	<ul style="list-style-type: none"> - összekapaszkodás, menetelés - dühös és frusztrált arcok - magyar zászló, Nagy-Magyarország zászló, Árpádsávós zászló - MIÉP zászló - logó - harcias szimbólumok - történelmi utalások - terek - nemzeti színek, föld szín 	<ul style="list-style-type: none"> - egyszerű, hétköznapi emberek - férfiak és nők, idősek és fiatalok, elegáns és hétköznapi öltözék is - Csurka István dominanciája - Nagy-Magyarország, rakamazi turul, székely rovásírás - nemzeti színek - a közösség tagjainak bántalmazását bemutató képek - tér és tömegábrázolás - Árpádsávós zászló - logók 	<ul style="list-style-type: none"> - magyaros viselet, modernizált Bocskaikai/atilla kabátok - gárdista egyenruha - 2014: nőiességüket erősen hangsúlyozó nők, városi, modern, intellektuális férfiak - Vona Gábor dominanciája - Jobbik jelvényes és Árpádsávós zászlók - Magyar Harcos ruhamárka - nemzeti rock együttes pólók - fekete/katonai ruhák - a közösség tagjainak bántalmazását bemutató képek - pozitív család- és gyerekábrázolás - negatív ábrázolás: cigányok, zsidók
	Liberálisok		Zöldek
	<ul style="list-style-type: none"> - individuumok: vegyes korösszetételű, formálisan és kevésbé formálisan öltözködő férfiak, néhány nő - 1994: Kuncze Gábor dominanciája, a klasszikus politikusi megjelenés, bajusz - logó - népi, nemzeti kultúra elemek - populáris kultúra - gyerek - színek: nemzeti színek, kék szín 	<ul style="list-style-type: none"> - 1998: Kuncze Gábor dominanciája, komoly, öltönyös politikus, színes és mintás nyakkendők - 2002: kevesebb politikus, több szakpolitikai téma - színesebb, kevésbé feszes, dinamikusabb öltözködés - a logó 2006-os változása - eltűnnek a nemzeti színek - minimalista, letisztult látványvilág - negatív kampány: humor, kontraszt - narancs szimbólum - gyerek 	<ul style="list-style-type: none"> - fiatalos, eltér a bevett politikusitól - hétköznapi és formális öltözködés - Schiffer András az LMP arca - nők és férfiak vegyesen - láncok, nagyméretű táblák, molinók, hangosbeszélő - terek - logók - színek: zöld, fehér, sárga - zöldalma - arcszörzet (Vágó Gábor bajsza)

Az alkalmazott vizuális komponensek számát tekintve a magyar politikai közösségek általános látványvilága huszonöt éven keresztül folyamatos bővülést mutat, vagyis azt mondhatjuk, hogy az évek előrehaladtával egyre szélesebb vizuális kommunikációs eszközkészlet jellemzi a politikai szereplőket.

A látványvilág fontos jellemzője, hogy a vezető politikusokra épül, továbbá kevés kivételtől eltekintve hiányoznak a nők: a baloldali közösség második korszakbeli, a zöldközösség harmadik korszakbeli, illetve a jobbközépen belül az MDF vezetőjének dominanciáját leszámítva a magyar politikus ötvenes, öltönyös férfi.

Leginkább a negyedszázad elején jellemző az önmeghatározás, tehát az, hogy a látványvilágban hangsúlyos a saját jellemzők felmutatása. A második korszak végén és a harmadik korszakban egyre inkább megfigyelhető az ellenfelek negatív ábrázolása. A gyermek és a család szintén gyakran visszatérő elem. A vizsgált huszonöt év végére modernizációs folyamat zajlik le a magyar vizuális politikai kommunikációban: korszerű grafikai megoldások jelennek meg a látványvilágban.

A negyedszázadot a következőképpen korszakolhatjuk.

1. korszak, 1990–1997: „*Kik vagyunk mi?*”

Az időszak a látványvilág alapvető elemeinek megteremtéséről szól: kik és milyenek vagyunk mi, hogyan öltözködünk, mi fontos nekünk? Hangsúlyos elem ekkor, hogy a közösségeket csoportokként ábrázolják. Logók, különböző specifikus szimbólumok jelennek meg, és kialakul minden közösség saját színekészlete. A nemzeti trikolor színei ekkor még a magyar vizuális politikai kommunikáció minden közösségben használt komponensei. A korai évek legfontosabb sajátossága, hogy kialakul „a politikus” normalizált képe, vagyis a magyar politikus leginkább elterjedt és elfogadott vizuális megjelenése: öltönyös, ötven feletti férfi.

2. korszak, 1997–2006: „*Milyenek vagyunk mi?*”

A második korszakban a látványvilág több irányban is kibővül. Az önmeghatározás képi elemei sokrétűbbé és árnyaltabbá válnak, az első korai években kialakított logók átalakulnak, és egyfajta útkeresés jelenik meg a látványvilágokban. A közösségek képi világában a csoportok helyett egy-egy személy válik dominánssá. Ő jeleníti meg az egész közösséget: a tulajdonságai az egész közösségre jellemzőkként értelmezendők. A korszak végén megjelenik annak a vizuális megjelenítése, hogy az adott közösség mivel állítja szembe magát, vagy milyennek látja ellenfeleit.

3. korszak, 2006–2015: „*Milyenek a többiek?/Milyenek nem vagyunk mi?*”

A harmadik korszakban az ellenfeleknek az előző korszak végén megjelenő ábrázolása válik meghatározóvá. Minden eddiginél nagyobb jelentőséget kap az ellenfelek negatív megjelenítése, illetve annak bemutatása, hogy a közösségek mitől határolódnak el. A látványvilágot ezen kívül meghatározzák a technikai modernizáció által nyújtott lehetőségek: egyrészt a grafikai megoldások fejlődésével a közösségek alapvető szimbólumai leegyszerűsödnek, letisztulnak, másrészt az internet és a közösségi média elterjedésével gyakorivá válnak a politikai mémek, amik nagyban meghatározzák a vizuális politikai kommunikációt.

A látványvilág összetevőinek a genealógiája

Ahogy a táblázatban is látható, a látványvilág elemei folyamatosan változnak és bővülnek a huszonöt év alatt. Ehelyütt azokat emeljük ki, amelyek tartósan meghatározók. Másképp fogalmazva azt mutatjuk be, hogy milyen visszatérő vizuális komponenseket és megoldásokat azonosíthatunk, ezek milyen jelentésekkel bírnak, milyen üzeneteket közvetítenek, és melyik közösség hogyan alkalmazza őket. A felsorakoztatott látványelemek többsége több közösségben is megjelenik, ugyanakkor közösségenként eltérő felhasználási módokkal is találkozunk.

A politikai divat

Mivel kutatásunk a társadalomszemiotika módszerére épül, nem meglepő, hogy a ruházatra erőforrásként tekintünk, vagyis feltételezzük, hogy a közösségek tagjai azért részesítenek előnyben bizonyos viseleteket,

hogy vizuális üzeneteket közvetítsenek általuk. A politikában megjelenő divatról szóló szakirodalom szűkös, ami Jensen³ szerint annak a következménye, hogy a témát a kutatók a legtöbbször komolytalannak tartják, annak ellenére, hogy a különböző ruházatok különböző jelentésekkel bírnak, tehát információt hordoznak a társadalmat irányító intézményekről is.

Az öltözködési szokásokat a társadalmi normák és felfogások alakítják, amik a szándékoktól, körülményektől és alkalmaktól függően változhatnak. A politikai közösségek által jellemzően viselt ruhadarabok mutathatnak társadalmi normákhoz való alkalmazkodást, vagy annak elutasítását. A ruházat kifejezhet közösséghez tartozást, közösségektől elhatárolódást, továbbá számos egyéb jelentést közvetíthet. A különböző közösségek egymástól eltérő *dress code*-ot alkalmaznak. Például a jobbközép a vizsgált huszonöt évet átívelően a hivatalos, formális megjelenést preferálja, míg a radikálisok sajátos megjelenéséhez hozzátartoznak a fekete és militáns ruhák, a liberálisokra és a zöldközösségre pedig a hétköznapi és hivatalos ruházatok vegyítése jellemző.

A hivatalos megjelenés öltönyből, ingből és nyakkendőből tevődik össze, ami a komoly, igényes ember kinézetét teremti meg. Azt is kiolvashatjuk ebből az öltözködési szokásból, hogy a politika a hétköznapiaktól eltérő világ, ahol nem a kényelmes farmernadrág és a laza póló viselete a jellemző, vagyis az öltözködés a két világ közti szegregációt is megmutatja.

A hivatalos megjelenés alapvető ruhadarabjainak részletei, az öltönyök anyaga, minősége és mintázata viszont különbségeket és önmegkülönböztetést is sugallhatnak. Például Orbán Viktor a 2006-os választások előtti kampányban a jobb minőségű öltönyöket durvább anyagokra cseréli, többször elhagyja a nyakkendőt is, és ezzel megteremt a komolyan felöltözött, de egyben a néphez közelebb álló politikus képét.

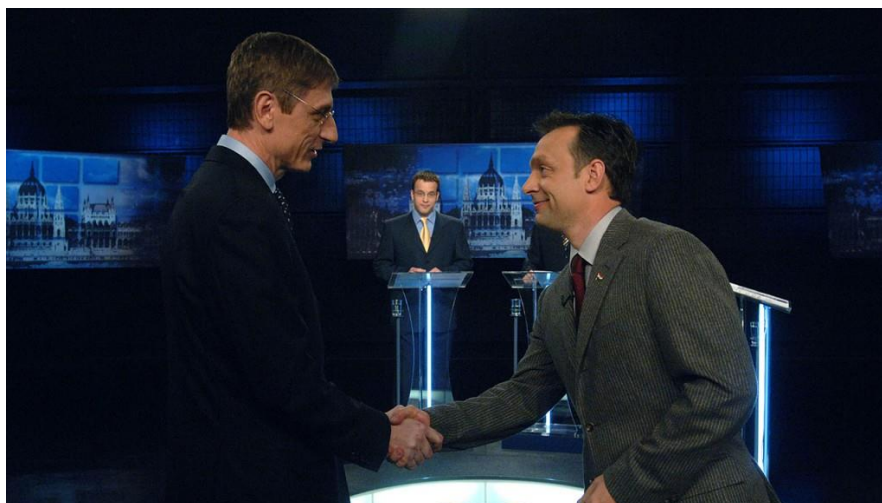


1. kép: Orbán Viktor kockás, durvább anyagú zakóban, vonaton utazik, 2005. Forrás: <https://index.hu/belfold/ovmiskolc020/>

Az 1. képen a zakó által közvetített üzeneteket felerősíti az, hogy a politikus vonattal utazik, együtt más utasokkal, amitől szó szerint egy lesz ő is az állampolgárok között. A felül kigombolt, egyszerű ing, az újság-olvasás, mint hétköznapi tevékenység, és az emberek közelsége mind azt az érzetet erősíti a nézőben, hogy Orbán Viktor hétköznapi, a kép nézőjéhez hasonló ember.

³ Jensen, F. (2019). Suit of power: fashion, politics, and hegemonic masculinity in Australia. *Australian Journal of Political Science*. (54)2, 1-17.

További jelentéseket tárhatunk fel az öltözködés által közvetített üzenetekkel kapcsolatban, ha több politikus öltözködését vetjük össze. Például Gyurcsány Ferenc ugyanebben az időszakban jellemzően jó minőségű, finom anyagú, láthatóan drágább öltönyöket visel. Ez az MSZP 2006-os kampányfilmjében⁴ még nagyobb hangsúlyt kap azzal, hogy Gyurcsány Ferenc limuzinban utazik. Orbán Viktor megjelenése tehát a kontrasztállítás eszközével is él: az ellentétbe állított színek, minták, anyagok és utazási körülmények a két politikus közti különbségekre hívják fel a figyelmet.



2. kép: Gyurcsány Ferenc és Orbán Viktor tévévitája 2006-ban. Forrás: <https://merce.hu/2018/03/01/4347-nap/>

A fekete és militáns egyenruhák a harc, a küzdelem jelképeiként értelmezhetők, továbbá a katonasághoz, rendvédelmi szervekhez kapcsolódó olyan tulajdonságok megjelenítői, mint a becsület, fegyelem, rend, összetartás, bajtársiasság. Az ezeket a ruhákat gyakran díszítő kiegészítők, mint a rakamazi turul és a Nagy-Magyarország motívum, a magyar mitológia, a spiritualitás és a történelem képi metaforái. Az atilla és bocskai kabátok szintén a magyar történelemmel asszociálódó viseletek, vagyis azt mondhatjuk, hogy a radikális közösség – ahol ezek az öltözékek leggyakrabban megjelennek – az öltözéke által is kapcsolódik a hagyományokhoz.

Az öltözködés abban az értelemben is az összetartozás szimbóluma, hogy a közösség határait is képes érzékelteni.

⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=BRHMG4dVL7c>



3. kép: Vona Gábor 2010-ben (balra) és 2015-ben (jobbra). Forrás: <https://www.magyaridok.hu/belfold/vona-gabor-ellen-tuntetnek-a-csalodott-jobbikosok-1326817/>; <https://24.hu/belfold/2015/05/26/megszolal-a-parlament-legjobb-pasija/>

Az öltözködés vizuális erőforrás voltát igazolja Vona Gábor példája is, amikor gárdista egyenruhából modern szabású, jó minőségű öltönybe öltözik át. Ezzel a korábban használt militáns és hagyományörző jeleket eltünteteti, amit úgy is értelmezhetünk, hogy a politikus alkalmazkodott a politikai játéktérhez, a bevett öltözködési normákat, a magyar politikus szokásos, elfogadott megjelenését választotta. Ehhez hasonló átöltözés következett be a vizsgált huszonöt év elején a Fidesz politikusi körében, amikor a farmernadrágot öltönyre cserélték, ezzel pedig vállaltan alkalmazkodtak a politikai konvenciókhoz. A politikai divat tehát része az 1990-es években kialakult normának: a magyar politikus – politikai közösségektől függetlenül – jellemzően ötven feletti, öltönyös férfi.



1. kép: Antall József miniszterelnök és kormánya (1990. május 23.) (MTI Fotó). Forrás: <http://antall25.hu/antall-kormany>



5. kép: 1998: középen Dávid Ibolya igazságügy-miniszter. Fotó: Kovács Attila/Associated Press. Forrás: <https://kepek.444.hu/2018/05/18/uraink-es-holgeink-ime-magyarorszag-kormanya>



6. kép: Az Orbán-kormány, 2014. Fotó: Árvai Károly. Forrás: <https://www.kormany.hu/hu/hirek/megalakulta-harmadik-orban-kormany>

A „klasszikus politikus” vizuális konstruktuma a vizsgált huszonöt éven átível és stabil viszonyítási pontot képez, ugyanakkor ez a stabil norma lehetőséget teremt az eltérésre és a különbözőség megmutatására is. Így például a liberális és a zöldközösség vegyesen hivatalos és hétköznapi öltözékei egyszerre értelmezhetők a formális keretekhez való alkalmazkodásként és a határok kitolására irányuló igyekezetként, a normától való eltérésként, ami egyben a politika és a hétköznapiak közti szegregáció oldására tett kísérletként is értelmezhető.

A nemek ábrázolása

A nemek ábrázolására az általános látványvilágot meghatározó vizuális erőforrásként tekinthetünk: a nemek fizikai jelenléte is kommunikációs eszközként értelmezhető, hiszen ezáltal is útbaigazítást kaphatunk arról, hogy kik és milyenek is a politikai közösségek tagjai, továbbá a nők politikai súlyára a közösségek képvilága alapján is következtethetünk. Vajon, ha a magyar politikus tehát jellemzően nem nő, mégis milyen mértékben és hogyan vannak jelen a magyar vizuális politikai kommunikációban a női politikusok?

A második korszak sajátossága, hogy az öltönyös, idősebb férfiak mellett megjelennek fiatalabb szereplők, akik akár nők is lehetnek, ugyanakkor továbbra is igaz, hogy a parlamentben és a kormányban is kevés a nő,

ami a magyar politika látványvilágából is kiolvasható. A ritka női politikusok öltözködése teljesen eltér a politikus szokásos megjelenésétől. Ahogy azt láthattuk, „a politikus” leginkább sötét öltönyt és nyakkendőt visel, ezzel szemben a női politikus jellemzően színes ruhát és szoknyát hord, nem például nadrágot és blúzt. A nők tehát még a vizuális megjelenés szintjén sem hasonlítanak a „klasszikus magyar politikusra”, annak ellenére, hogy a rendelkezésükre álló ruhadarabok egyébként lehetővé tennék ezt a számukra. Vagyis a női és férfi politikusok öltözködésének különbsége értelmezhető úgy, hogy a nőknek az öltözködésben sem szükséges a kialakult normát követni, mivel ők nem részei a kialakult normának, és ezzel új normát teremtenek.

Egy másik lehetséges értelmezés, ha az eltérést a különbségek kihangsúlyozását segítő elemnek tekintjük. Vagyis a női politikusok szándékainak nagyon is megfelelhet a nőiséget hangsúlyozó színes ruha és szoknya, mert ez megerősíti a férfiaktól való különbözőség tényét.

A fizikai megjelenés egyéb komponensei: testalkat, hajviselet és arcszőrzet

Akárcsak az öltözködés, a haj- és szőrzetviselet, illetve a testalkat is vizuális erőforrás. Eszközei lehetnek ezek is a normák követésének, vagy elutasításának, bizonyos tulajdonságok hangsúlyozásának, esetleg a csoporthoz tartozás kifejezésének. Az ilyen elemek kiemelt szerepet töltenek be a megjelenés kialakításában, a haj- és arcszőrzet hossza és formája a konvenciók elfogadását, vagy normatagadást is jelezhet.

A fentebb említett példánál maradva a Fidesz első korszakbeli átöltözése egyben szőrzetigazítással is járt: a hosszú hajak és szakállak, a rendezetlenség számító külsők látványosan eltűntek és átalakultak a politikus megszokott képének megteremtésének jegyében. A harmadik korszakban aztán Gyurcsány Ferenc miniszterelnöksége, és a kormány ellen tiltakozva Kövér László ismét hosszú haját növeszt, amit csak 2010-ben, a Fidesz-KDNP kormány felállásakor vágat le. Ezek a lépések azt támasztják alá, hogy a jobbközép közösségben fontos kommunikációs eszközként alkalmazzák ezeket az erőforrásokat.

A hajviselet – vagy annak hiánya – szimbolikus voltának legismertebb példája a radikális közösség rasszista szubkulturális csoportjában megjelenő teljesen kopaszra borotvált fej, amiből ennek a szubkulturális közösségnek a köznyelvben valójában tévesen használt⁵ „*skinhead*” elnevezése is származik.



7. kép: Kuncze Gábor; Mesterházy Attila; Kövér László; Vágó Gábor; Források: <https://www.parlament.hu/kepviselo/elet/k225.htm>;
https://kettosmerce.blog.hu/2009/11/21/ki_lesz_az_mszp_miniszterelnok_jeloltje;

⁵ Kik is valójában a szkinhedek? *Index.hu*, 2014. május 8. (<https://index.hu/kultur/zene/2014/05/08/szkinhed/>); A skinhead a legizgalmasabb, legkülönösebb és leginkább félreértett szubkultúra. *444.hu*, 2019. április 7. (<https://444.hu/2019/04/07/a-skinhead-a-legizgalmasabb-legkulonosebb-es-leginkabb-felreertett-szubkultura>)

Nincs ez másképp az arcszörzettel sem. A karakteres arcszörzet kölcsönözhet népi-nemzeti külsőt, spanyolos kinézetet, vagy utalhat történelmi személyekre is. A liberális közösségben Kuncze Gábor, a baloldali közösségben Mesterházy Attila, a jobbközépben Kövér László, a zöldeknel pedig Vágó Gábor emelhetők ki példaként, akik mindannyian vizuális erőforrásként alkalmazták bajszukat, de a megszokottól eltérő kinézetet, ezzel együtt nagy közérdeklődést biztosított a szakáll viselés Lázár Jánosnak is. Mindez azt mutatja meg, hogy az arcszörzet olyan vizuális személyes karakterjeggyé válhat, ami egy közösség látványvilágát árnyalja vagy módosítja.

Továbbá érdemes szót ejteni a közösségekben látható testalkatokról is. Bár a sportos testalkat a magyar politikusokra már a vizsgált időszak kezdetén sem volt jellemző, a 2010 utáni időszakban a túlsúlyos politikusok látványa válik normává a jobboldali közösségben. Ugyan 2008-ban még azt láthatjuk, hogy Orbán Viktor fogyókúrázik, és rövid időn belül tíz kilótól szabadul meg, 2012-re már a pocak és túlsúly jellemzi megjelenését.⁶ Ebből azt olvashatjuk ki, hogy míg a korszak elején a normához való alkalmazkodás jegyében teljes megjelenését lecseréli, addig a vizsgált időszak végére már nem tesz ekkora erőfeszítést, helyett közelít az átlagos magyar látványához.⁷

Összegezve tehát azt mondhatjuk, hogy a közösségek meghatározó aktorainak vizuális megjelenése és a testi jegyek fontos szemiotikai erőforrást képeznek, amelyek segítségével üzeneteket közvetítenek verbális kommunikáció nélkül.

Az ábrázolt személyek száma

A látványvilág beszédes eleme lehet az ábrázolt személyek száma. Egy vagy több ember ábrázolása sokféle jelentéssel bírhat, attól függően, hogy mi a jelkészítő szándéka, például milyen a térbeli elrendezés, vagyis a kompozíció, mekkora a kép szereplői közti távolság, vagy milyen színek jelennek meg.

Több személy ábrázolása esetén egységességet teremthet például a képen szereplők öltözéke, testtartásuk, vagy arckifejezésük, de zavaró lehet a kép nézője számára, ha a felsorolt tényezők nem illeszkednek egymáshoz, nem harmonizálnak. A kép értelmezését nehezítheti továbbá az is, ha az ábrázolt személyek nem illeszkednek a térbe, ha a háttér túl hangsúlyos, vagy ha az egységet üres terek bontják meg. Minderre példa az MSZP 1990-es plakátja.

⁶ Saját pocakja ügyében nem illetékes Orbán. Origo, 2012.10.09.

⁷ Újabb magyar siker: elsők vagyunk az EU-ban elhízásban. Index, 2019.05.16.



8. kép: MSZP választási plakát, 1990. Forrás: https://hvg.hu/nagyitas/20150325_valasztas_plakat_1990_nagyitas

További zavaró tényező a plakáton, hogy az ábrázolt személyek tekintete nem egy irányba tart, és az is, hogy a politikusok előtt álló gyerekeknek sem az öltözkük, sem a pozíciójuk nincs összhangban egymással. A kép keretezése a bal szélén álló gyereket félig levágja, ami szintén nem szerencsés technikai megoldás, hiszen megbontja a teljesség érzését. Összességében tehát a képi elemek szokatlan alkalmazása miatt a kép üzenete nem világos. Bár több ember ábrázolása azonos öltözkében, azonos kartartással összetartó közösséget és csapatmunkát is jelképezhetne, a köztük lévő távolságok és az egyéb felsorolt inkonzisztenciák inkább azt sugallják, hogy a kép szereplői nem egy irányba tartanak, nem egységesek.

Egy másfajta csoportábrázolás jelenik meg az SZDSZ 1990-es plakátján. Az egységesség hiánya itt is érzékelhető: a zakók, öltönyök, nyakkendők, a testtartások és az arckifejezések különbözőek, a színek és formák nem állnak összhangban egymással. Azonban a fenti MSZP plakáthoz képest két nagy különbség látható: az ábrázolt személyeknek súlya van a térben, továbbá tekintetük egy irányba tart, és felveszik a kapcsolatot a nézővel azáltal, hogy a kamerába néznek. Bár a kép készítésének látószöge szokatlan, ez inkább felkelti az érdeklődést és megjegyezhetővé teszi a plakátot. Összességében ez a plakát úgy értelmezhető, hogy individuumok szabad összefogása alkotja a pártot.



9. kép: SZDSZ választási plakát, 1990. Forrás: https://hvg.hu/nagyitas/20150325_valasztas_plakat_1990_nagyitas

Több ember megjelenhet tömegként is. A tömegek ábrázolása olyan vizuális elem, aminek üzenete a jelképező szándékától függően változik. A legalapvetőbb vizuális üzenet, amit a közösségek kiterjedt mérete megmutathat, az egy párt támogatóinak magas száma, és a tagok összetartozása, közösség volta. Ez jellemzi például a radikális közösség látványvilágát, ahol a nagy terek kitöltése, a hasonló ruhaviseletek és a zászlók mind a tömeg méretét, és a tagjainak az egységességét hivatottak jelezni.

Hasonlóan jelenik meg a tömegábrázolás a jobbközép közösségben is, amikor a Békemenet tömegét örökítik meg.



10. kép: Békemenet, 2014. Forrás:

<https://www.facebook.com/bekemenetegyesulet/photos/a.694599323898606/752461911445680/?type=1&theater>

Ebben az esetben is zászlók, illetve molinók mutatják meg a tömeg közösség jellegét, továbbá a nemzeti trikolor színei is ezt a célt szolgálják.

A fentiekéntől eltérő, negatív tömegábrázolás is lehetséges azáltal, hogy az embersokaság valamilyen (vélt vagy valós) negatív tulajdonságát erősítik fel, ezáltal félelmet keltve a kép nézőjében. Erre megfelelő példa, hogy a jobbközép közösségben 2015 őszén a migrációs ügy részeként a bevándorló tömeget jellemzően csak fiatal férfiakból álló képekkel jelenítik meg, akiket rendőrök kísérek. Ebben az esetben tehát a tömeg ábrázolásának célja annak bemutatása, hogy a bevándorló emberek nem rászoruló nők és gyermekek, hanem életerős, fiatal férfiak. Továbbá nem csak, hogy nem szorulnak segítségre, de érdemes tartani tőlük, hiszen még az őket felügyelő rendőrök többsége is szájmazskot visel, aminek célja a baktériumoktól, vírusoktól való védelem.



11. kép: Migránsok ábrázolása, 2015. Forrás: MTI, Máthé Zoltán. <https://www.hirado.hu/2015/09/21/ujabb-csoport-jott-horvatorszagbol-migranshelyzet-percrol-percre/>

Ugyanakkor érdemes megemlíteni a tömegábrázolás hiányát is. A baloldali közösségben a migrációs ügy kapcsán a tömegábrázolás helyett sokkal inkább nők, gyerekek és családok jelennek meg a látványvilágban, amivel az érintettek szenvedését és segítségre való rászorultságát hangsúlyozzák.



12. kép: A bevándorlók ábrázolása a DK Facebook oldalán, 2015. Forrás: <https://www.facebook.com/dk365/photos/a.876341472456268/876717899085292/?type=3&theater>

A tömegábrázolás, mint látványelem arra is alkalmas, hogy egy hangsúlyos személyre irányítsa a néző figyelmét: a hangsúlyos személy tömegtől való elkülönülése, a tömegből való kiemelkedése megmutatja a személy vezető szerepét, és olyan tulajdonságokkal ruházza fel őt, amik az emberek sokaságát nem jellemzik. Csurka István pódiumon ábrázolása a Hősök terén összegyűlt tömeg előtt, vagy Orbán Viktor ábrázolása a Fidesz 2002-es kampányfilmjében⁸ megfelelő példát nyújtanak a tömegábrázolás ilyenfajta használatának bemutatásához. A személyi dominanciát azzal teremtik meg, hogy a tömeg tekintete folyamatosan a vezetőre irányul, és kíséri őt, továbbá az emberek karja a vezetők irányába mutat, vagy épp tapssal éljenzik őt.

Személyi dominanciák

Az évek előrehaladtával a magyar politika látványvilágában egyre sűrűbben alkalmazott erőforrásként jelennek meg a pártok vezetői: a kezdeti években a jobbközép közösségben Antall Józsefre, illetve a liberálisoknál Kuncze Gáborra, majd később – bár eltérő mértékben, de – minden közösségben egy személyre épül a látványvilág. A jobbközép közösségben Dávid Ibolya és Orbán Viktor, a baloldalon Gyurcsány Ferenc majd Mesterházy Attila, a radikálisoknál Csurka István, majd Vona Gábor, a zöldeknél pedig Schiffer András, majd Szél Bernadett lesz az a személy, aki megjeleníti az egész politikai közösséget.

Mindez a politika perszonalizációjának fogalomköréhez kapcsolódó folyamat, amelyben a vezető kiemelkedik a politikusok közül, és a választók szemében mintegy reprezentálja a pártját. A vezéresedés folyamata tehát a vizuális politikai kommunikációban is megragadható.

Az egy személyre épített látványvilág szokásos megjelenése a következő: a plakátok, videók, és a személyes megjelenések a vezető köré épülnek, ő az, akinek a személye megjeleníti a közösség tulajdonságait és céljait, illetve a köré épített imázs háttérbe tolhatja a pártot és a tartalmi, szakpolitikai kérdéseket is. A folyamathoz jelentős mértékben hozzájárul a televízió és az online média eluralkodása a nyilvánosságban, továbbá a politika popularizálódása. Mindkét trendről elmondhatjuk, hogy szorosan kapcsolódnak a vizuális kommunikációhoz, hiszen mind a televízió, mind az internet és a közösségi média tartalmak túlnyomórészt vizuálisak. A populáris kultúra perszonalizáló jellegén túl kiemelhető még, hogy a trend következtében a politikai aktorok megjelennek a populáris kultúra tereiben, amiből pedig az is következik, hogy „a politikusnak érdemes celebritássá válnia” (Szabó–Kiss, 2012, 122). Vagyis az Orbán Viktor családjáról készült fényképek, a főzés közben készült fotó Gyurcsány Ferencről, vagy a kosárlabdázó Kuncze Gáborról készült felvételek mind ebben a társadalmi környezetben értelmezhetők.

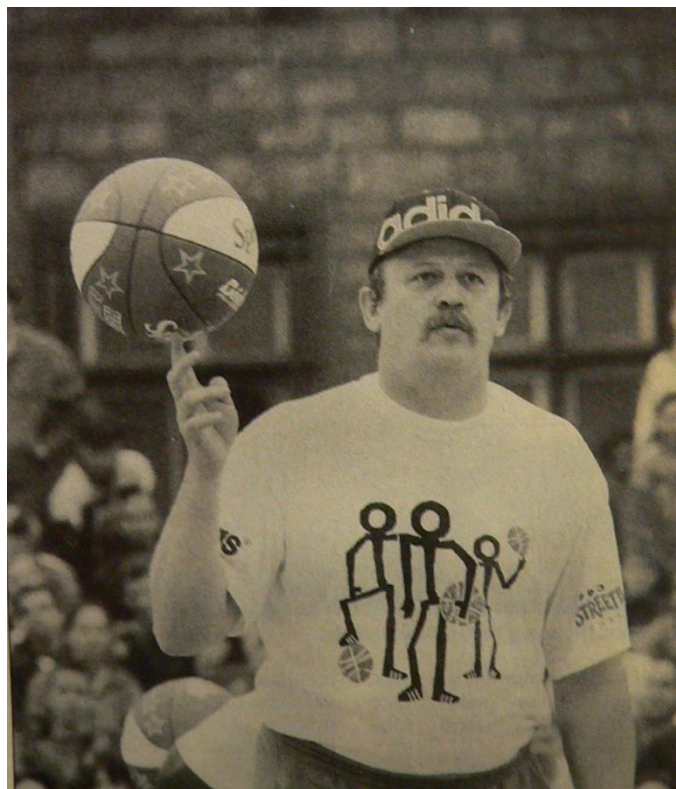
⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=Hu5egKgOnas>



13. kép: Orbán Viktor a családjával. Forrás: http://www.miniszterelnok.hu/wp-content/uploads/2015/08/csalad_04.jpg



14. kép: Gyurcsány Ferenc (jobbra) és Kuncze Gábor (balra) főzés közben, 2013. Forrás: <https://www.blikk.hu/aktualis/politika/ezzel-eteti-a-nepet-gyurcsany/s006pxk>



15. kép: Kuncze Gábor kosárlabdázás közben, 1998. Forrás: 168 óra

Az egy-egy személyre épített vizuális kommunikáció kiemeli a vezetők bizonyos személyes tulajdonságait, amik a politikától és politikai teljesítménytől akár függetlenek is lehetnek, és ezzel egyidejűleg háttérbe kerülnek a közösség más aktorai.

A személyek dominanciája a látványvilágban többféle komponens segítségével jelenik meg. Például a választási plakátokon egyetlen személy van, akit ráadásul a leggyakrabban olyan közelről mutatnak, hogy csak az arca és a válla látható, ezzel pedig közel hozzák a kép nézőjéhez, személyes kapcsolatot teremtve közöttük.



16. kép: MSZP választási kártya, 2006. Forrás: <http://www.fszek.hu/valasztas2006/data/apro/mszpkartya01a.jpg>

Például a 16. képen egy plakát látható a baloldali közösség Gyurcsány Ferencre épített 2006-os látványvilágából, amihez olyan elemek is kapcsolódtak, mint a személyére fókuszáló több kampányfilm.⁹ A kapcsolat

⁹ Például <https://www.youtube.com/watch?v=RifAjo05uLI>

kialakításához további fontos elem a szemkontaktus, vagyis az, hogy a személy a kép nézőjére tekint, amivel azt fejezi ki, hogy kéréssel fordul hozzá. Egy személy dominanciáját az is megmutathatja, hogy tömegben ábrázolják ugyan, de nem a tömeg részeként, hanem abból kiemelve, akár egy színpadon, akár eltérő ruhaviselettel vagy feltűnő színekkel.

Színek

A színek a politikában is régóta jelen vannak, a politikai közösségek által választott színek segítenek a saját csoport megteremtésében, és a más csoportoktól való elhatárolódásban.

A magyar politikai közösségek által választott színek sokszor nemzetközi mintákhoz és történelmi hagyományokhoz alkalmazkodnak: ilyen például a baloldali közösség piros színe és a zöld közösség zöldje is. Ezekben az esetekben a pártok választása a már kiépült és stabil asszociációkra is épít, hogy ezáltal könnyebben felismerhetővé és azonosíthatóvá váljanak a választók számára. Ezzel ellentétben például a magyar liberálisok kék színe nem illeszkedik a nemzetközi trendekbe, hiszen az a legtöbb országban a konzervatívoké, a liberálisok ehelyett a sárgával köthetők össze. Magyarországon a liberális politikai közösség ennek ellenére olyan stabil kapcsolatot alakított ki a liberalizmus és a kék szín között, hogy a baloldali-liberális koalíció idején a baloldali közösség is kék elemeket épített be a látványvilágába, ezzel jelezve a koalíció beágyazottságát, a Fidesz pedig lecserélte a logójában a kék színt fehérre. A Fidesz által választott narancssárga nemzetközileg a kereszténydemokrata pártoknál terjedt el, ami a kilencvenes évek közepétől egybeesik a párt hitvallásával, ám a szervezet nyolcvanas évek végi megalakulásakor sokkal inkább a magyar narancs színét mutatta meg, illetve a meglepetés és fiatalosság jelképe lehetett, nem pedig a nemzetközi beágyazottságé.

Az egyik legalapvetőbb vizuális politikai szimbólum a nemzeti lobogó és annak színekészlete, így nem meglepő, hogy a piros-fehér-zöld nemzeti trikolor gyakran visszatérő elem a közösségek látványvilágában is: míg a vizsgált huszonöt év elején majdnem minden közösségben megjelent, akár a logókban, akár egyéb vizuális elemekben, a harmadik korszakra inkább csak a radikálisok és a jobbközép jellemzőjévé vált.

Mindez megerősíti a színek szemiotikai erőforrás voltát. Minden közösség egy-egy sajátos, csak rá jellemző színvilágot alakított ki már a vizsgált huszonöt év elején, ami az idő múlásával némiképp átalakulhatott ugyan, de az alapvető színválasztások negyedszázadon át elkísérték a közösségeket. Azt mondhatjuk, hogy a szemiotikai erőforrásként értelmezett látványvilág stabil részét alkotják a színek és az általuk képviselt jelentések. A színek a logókon kívül az öltözködésben és egyéb vizuális ábrázolásban is megjelennek, így a kampányeseményeken vagy videókban, illetve a nyomtatott anyagokban, legyenek azok szórólapok vagy egyéb sajtófelületek.

Negatív ábrázolás

Az ellenfelek negatív ábrázolásához a leggyakrabban alkalmazott képi megoldások a kontrasztok, szeparációk és a párhuzamok. Ezek segítségével némely tulajdonságok kihangsúlyozhatók, mások elrejtethetők. A kiemelt tulajdonságok segítségével leginkább az ellenfél és a saját közösség közti különbségeket világítják meg a képvilágban, de a hasonlóságok kiemelésére is gyakran használják ezeket a vizuális kommunikációs eszközöket. A kontrasztok lehetnek humorosak vagy meglepőek, de mindenképp könnyen felkeltik az érdeklődést, és egyszerűen megjegyezhető társításokat alkotnak.

Negatív ábrázolás természetesen nem csak kontrasztokkal lehetséges, a harmadik korszakban elterjedt mémek a paradigmatis példái lehetnek a humorral vegyített negatív tartalmaknak. A mémekben is láthatók kontrasztok és párhuzamok, de elegendő egy adott tulajdonság felnagyítása is, például egy rosszul sikerült fényképen. Továbbá gyakori megoldásnak számít a fényképek új, az eredetitől eltérő kontextusba helyezése, amit a rövid kiegészítő szövegek segítségével szokás megvalósítani.

Például így lehet értelmezni a 17. képet is, amin Schmitt Pál és Gyurcsány Ferenc egy 2012-nél korábbi közös fényképe látható. A korabeli politikai kontextus nélkül a mém valójában nem is értelmezhető, hiszen sem a kép, sem a szöveges üzenet nem jelenít meg konkrétumot, a kép nézője számára nem derül ki, hogy minek a fénymásolásáról van szó, és az sem, hogy miért nevet a két szereplő. Ahhoz, hogy a mém célt érjen, szükséges az a háttértudás, hogy Schmitt Pál, majd Gyurcsány Ferenc plágiumbotrányba keveredett.



17. kép: Schmitt Pál és Gyurcsány Ferenc plágiumbotrányához kapcsolódó mém, 2012. Forrás: https://vastagbor.blog.hu/2012/01/12/nehogy_lemondj_pali_ba

A negatív ábrázolás minden közösség látványvilágában megjelenik. Például gondolhatunk a radikális közösségben a cigányok és zsidók olyan képi ábrázolására, amely valamilyen vélt negatív tulajdonságot hangsúlyoz, vagy arra, amikor a kép a politikai ellenfeleket állítja párhuzamba valamilyen negatív tulajdonsággal.

A kontrasztok alkalmazásának példája az SZDSZ 2002-es plakátja, amin az Orbán Viktor és Kuncze Gábor közti különbségeket egy-egy hasonló helyzetben készült, részleteiben mégis teljesen eltérő fénykép párhuzamba állításával érzékelteti a képkészítő.



18. kép: SZDSZ választási plakát, 2002. Forrás: <http://www.galamus.hu/images/stories/cikkek2009/091230-orban-kuncze-nagy.jpg>

A kontrasztokat és párhuzamokat felerősíthetik a különböző modalitások is: például a karikatúrák alacsony modalitást képviselnek, tudniillik a részletezettségük alacsony, a valósághoz kevésbé hasonlítanak, és éppen ezen a módon hívják fel a figyelmet egyetlen kiemelt tulajdonságra. A magasabb modalitású fényképeken a színerősség és a fény megváltoztatásával szintén hangsúlyosabbá lehet tenni bizonyos képi elemeket.

Logók

A logók olyan alapvető szimbólumok, amik színek, formák, metaforák, és betűk segítségével jelenítenek meg egy pártot. Céljuk – épp úgy, mint a kereskedelmi márkák esetében –, hogy bármely felületen könnyen és gyorsan felismerhetővé, beazonosíthatóvá tegyék a pártokat, ezáltal pedig segítik a nézőt, vagyis a szavazót, hogy különbséget tudjon tenni a pártok között.

Akárcsak a márkák, úgy a pártok logói is olyan megfoghatatlan, immateriális jellegű tudást jelölnek, ami különböző információdarabokból és azok összekapcsolódásaiból épül fel a fogyasztók emlékezetében (Smith, 2009). A folyamat komplex asszociációs pályák megmozgatására épül, amelyben a politikai pártokról szóló információk egyszerre jelennek meg egy lerövidített, leegyszerűsített szimbólumban. Az asszociációs pályák működésének hatékonysága pedig a fent említett részleteken, vagyis a színek, formák, metaforák és betűk által közvetített üzeneteken múlik.

Nézzük például a Fidesz első, 1990-es logóját.



19. kép: Fidesz logó, 1990.

Az alapvető szimbólum a narancssárga kör, ami minden bizonnyal a magyar narancsra utal. A magyar narancs Bacsó Péter 1969-ben rendezett, *A tanú* című filmjéből vált szállóigévé, és a szocializmus fanyar sajátosságait hivatott jelképezni.¹⁰ Mindez a párt logójában a korábbi rendszer kritikájaként jelenhet meg, és valószínűleg azt mutatja meg, hogy a párt kritikával tekint a rendszerváltás előtti időszakra.

A logó egyéb csatornákon is megjelenik. 1990-ben ugyanis társul hozzá a *Magyar Narancs* című, liberális elveket valló hetilap, ami a liberális értelmiség csatornájaként működik, ezzel pedig a liberális közösség megteremtésében fontos szerepet játszik a magyar narancs. A Fidesz 1990-es kampányfilmjeiben¹¹ is rendszeresen visszatér a narancs, továbbá később, 1994-ben egy a narancsra épülő szlogen is: „Ha unod a banánt, válaszd a narancsot!”.

Látható tehát, hogy a logóban megjelenő narancssárga kör mennyi háttér információt jelenít meg, mennyire összetett a szimbolika, amit alkalmaz a Fidesz. Ehhez társul még a kék színű, kereteken túlnyúló, graffitire emlékeztető betűtípus, és a szétfröcskölt festékre hasonlító pöttyök, amik a fiatalosság, merészség és az átlagostól való eltérés jelképei lehetnek. A kék szín 1990-ben a liberális közösség színévé válik, így az a logóban ideológiai hitvallásként értelmezhető.

A Fidesz legutóbbi, 2015-ben is használt logójából a kék szín és a graffitihez hasonló betűtípus eltűnt, ehelyett egyszerű, a keretbe illeszkedő fehér betűk mutatják a párt nevét. Az élénk narancssárga körlap halványabb színűvé vált, és fénylő, modern grafikai megoldásokkal kialakított, háromdimenziós érzetet kelt.



20. kép: Fidesz logó, 2015.

A logó szimbolikája egyszerűbbé vált, az általa közvetített üzenetek pedig redukálódtak: a Fidesz már nem a lázadó és liberális fiatalok pártjaként értelmezendő, hanem egy higgadtabb, letisztult párt, a logó pedig illeszkedik a kor adta technikai fejlődési lehetőségeihez. A szimbolika változásai minden bizonnyal együtt értelmezhetők a párt belső váltoásaival, kiolvasható a képekből az a folyamat, ahogy a vizsgált huszonöt év elején még a liberális közösségbe tartozó párt a harmadik korszakra a jobbközép közösség domináns pártjává vált.

A negyedszázad alatt szinte mindegyik párt változtatott a logóján, némelyik többször is. A változások számát tekintve a Fidesz magasan vezet, a huszonöt év alatt ötféle jelképezte a pártot.

¹⁰ A magyar narancs szimbóluma ennél sokkal többértéket tartalmazhatna, a tanulmánynak viszont nem célja sem a film, sem a szimbólumkészlet részletesebb elemzése.

¹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=6lxACdp9u0;>
<https://www.youtube.com/watch?v=WAR72LzcQWg>



21. kép: A Fidesz logók változásai, 1990-2015.

A változtatások okai valószínűleg a pártok belső változásaiban kereshetők, illetve a technikai és grafikai fejlődés által kínált új eszközök nyújtotta lehetőségek is tetten érhetők bennük. A radikális politikai közösség kivételt képez, az ide tartozó pártok logói ugyanis nem változtak, amit indokolhat a hagyományoknak a közösségre egyébként is jellemző tiszteletben tartása.



22. kép: A MIÉP és a Jobbik logója.

A liberális közösség pártjának logója a második korszakban megváltozik, hangsúlyos kék kerettel egészül ki, és a párt neve mellett feltüntetik az ideológiai hovatartozást is. Ez a változás valószínűleg az SZDSZ-MSZP koalícióban betöltött szerepét, illetve az abból való elvágyódást, és az önálló, egyedi jelleget mutatja meg.



23. kép: Az SZDSZ logói.

A zöldközösséghez tartozó LMP logója korán átalakul, ami minden bizonnyal úgy értelmezhető, hogy mivel akkorra a szavazók már megismerték a párt nevét, ezért annak a teljes kiírása nem szükséges. Továbbá a még inkább felerősített zöld szín a zöldpárti jelleg hangsúlyosabbá tételeként értelmezhető.



24. kép: Az LMP logói.

Az MSZP korai logójának alapvető szimbolikája nem változik, a párt teljes nevének kiírása azonban a rövidítésre változik, továbbá 2005 táján egy időre a jobbra eldőltött vörös négyzet mutatja az építkezés folyamatát, a párt belső átalakulását.



25. kép: Az MSZP logói.

A baloldali közösségbe tartozó DK, Együtt és PM logói mind az összefogás valamilyen szimbólumát hordozzák magukban, ami valószínűleg a harmadik korszak politikai szituációját mutatja meg.



26. kép: A DK, az Együtt és a PM logói.

Közülük csak a DK változtatja meg logóját a kutatás által vizsgált időszakban, ez látható az alsó sorban: az összefogást létrehozó, a részek együttesét akoltó szimbólum lecserélődik a részekből létrejött egységgé.



27. kép: A DK új logója, 2015.

Gyümölcsök

A magyar politikai látványvilágban visszatérő elemek a gyümölcsök.

Láthattuk, hogy a narancs már 1990-ben megjelenik, majd később szerepel a liberálisok 2002-es kampányában, de ellentétes üzenettel. Míg a Fidesz a korábbi rendszer kritikájának szimbólumaként, az önmeghatározás komponenseként használta a gyümölcsöt 1990-ben, addig az SZDSZ a Fidesz szerintük elnyomó voltát mutatja meg vele a saját látványvilágában. Ehhez szlogen is társul: „Szabadulj meg a narancsuralomtól!”. A parancsuralommal való rímelés következtében még erősebb kapcsolatot teremtenek a narancs és a Fidesz elnyomó, diktatórikus voltával kapcsolatban. Ugyanebben az évben a Centrum Párt kampányában is látható a narancs, mellette egy csokor szegfűvel, vagyis a Fidesz és az MSZP vizuális szimbólumaiként. Az ehhez társított, a „Zöldek helyett” szlogen már kevésbé érthető, hiszen egyik szimbólum sem zöldek, minden esetre a gyümölcs felhasználása látványelemként ebben az esetben is megjelenik.

A gyümölcs motívum az LMP 2014-es kampányában is megjelenik, ami egy zöldalma köré épül. Esetükben a gyümölcs a természetességet és a zöldpárt jelleget egyszerre szimbolizálja, ami könnyen megjegyezhető kapcsolatot teremt a vizuális és eszmei kapcsolódásokról.

Gyermekábrázolás

Akárcsak a marketing és a reklám világában, a politikai kommunikációban is jellemző vizuális komponensként jelennek meg gyerekek. Bár a politika a felnőttek világához tartozik, és nem is a gyerekeket célozza meg üzenetével, a gyermek ábrázolása rokonszenves tulajdonságokat jelenít meg, és ezeket kapcsolja a párthoz és a politikushoz.

A gyermek alapvetően a jövő és a tisztaság megjelenítője, így a gyerekek körében látható politikus minden bizonnyal a jövőt tartja szem előtt, fontos számára a következő nemzedék. A gyermek továbbá a bizalomhoz, felelősségvállaláshoz is kapcsolható, vagyis a gyerekekkel ábrázolt politikus felelősségteljeségét és bizalomra érdemességét is jelképezheti. A gyermekhez való lehajolás, a felnőtteknek a gyermekkel egy magasságban történő ábrázolása a szimpátia érzetét kelti, hiszen így a gyermek nem törpül el.

A gyerekek a kezdetektől megjelennek a választási plakátokon és videókban. Már 1990-ben gyerekekkel vette magát körül választási videójában a Fidesz; az SZDSZ, az MDF és az MSZP plakátján is visszatérően szerepelnek gyerekek.

Terek megjelenítése

Fontos szimbolikus szereppel bírnak a terek is: akár történelmi meghatározottságuk miatt, akár méretük, elrendezésük, tulajdonosuk vagy elhelyezkedésük miatt. A politikához leginkább kapcsolható tér az Országház, hiszen ez a Magyar Országgyűlés székhelye. Megszokott, hogy politikusokat itt ábrázolnak, gondoljunk a parlamenti közvetítésekre a televízióban, vagy az épület folyosóin készített interjúkra. Az Országház tehát az a tér, ahol a politikusok ábrázolása alapvetőnek tűnik, legalábbis a vizsgált időszak kezdetén. Ez akkoriban azt is jelentette, hogy minden egyéb tér a szokásostól valamelyest eltérőnek tekinthető, viszont a politikában megjelenő trendek következtében a politikusok egyre gyakrabban jelennek meg a „szokásostól eltérő” helyeken. Ennek következtében pedig módosul a „szokásos helyek” fogalma is.

Például a természetben lefényképezett politikusok nem a klasszikus, hivatalos képet jelenítik meg, ezzel pedig közelebb kerülhetnek a kép nézőjéhez, aki az Országházban valószínűleg ritkán fordul meg, a természetben viszont annál inkább. Továbbá az erdők, parkok ábrázolása a természeti értékek hangsúlyos szerepét is jelképezi, és akárcsak a gyermekábrázolás esetében, az itt megjelenített politikusok számára ezeket az értékeket kölcsönzi a környezet.

Hasonlóan beszédes lehet a városi vagy vidéki, falusi környezet megjelenítése is. Míg az előbbihez társított legjellemzőbb asszociációk a mozgalmasság, a gyorsaság, a tömegek, addig az utóbbi a nyugalom, a lassabb élet és a kisebb közösségek megjelenítői. Ezek a társítások kapcsolhatók az adott környezetben megjelenített

politikusokhoz is, vagyis a kép üzenete az, hogy a politikus minden bizonnyal az adott tulajdonságokat hordozza.

A neves terek, mint a Hősök tere vagy a Kossuth tér a történelmi és kulturális utalásokat jelenítik meg a méreteikkel, épületeikkel és szobraikkal, illetve a szokásos használatukkal. Például hosszú ideig a Hősök terén tartja nagygyűléseit és megemlékezéseit a radikális közösség, a tér a politikai önképük részévé válik, és megjeleníti a közösség számára fontos történelmi kötelekeket, a folytonosságot és a közösség méretét. A Kossuth tér az Országház épülete miatt központi szerepet tölt be a politikai eseményekben, számos tüntetésnek, megemlékezésnek ad helyet, politikai közösségektől függetlenül.

A terek tehát erőforrásként azonosíthatók a magyar vizuális politikai kommunikáció látványvilágában, segítségével üzeneteket közvetítenek a közösségek a választók felé.

Összefoglalás

A tanulmány célja, hogy bemutassa a vizuális kommunikáció kiemelkedő szerepét a politikai kommunikációban. Ennek igazolásához bemutattuk a magyar politikai kommunikáció huszonöt évének legfontosabb látványelemeit: milyen vizuális komponensek váltak meghatározóvá, hogyan alkalmazták ezeket és milyen jelentéseket társíthatunk hozzájuk. Látható, hogy a magyar politikai kommunikáció gazdag, változatos vizuális kommunikációs eszköztárra épül.

Kiemelkedően fontos elemeknek bizonyultak a színek és a logók, amik a közösségek megteremtésében, más közösségektől való elhatárolódásban, és a szavazók könnyebb tájékozódásában játszanak kiemelkedő szerepet.

A személyi dominancia ábrázolása a politikai kommunikáció meghatározó vizuális erőforrása, ami a perszonalizáció és a politika popularizálódásának trendjébe illeszkedik. Az egy személyre épített látványvilág némiképp leegyszerűsíti a közvetített tartalmakat, például szakpolitikai kérdések helyett az ábrázolt politikus személyes tulajdonságai kerülnek előtérbe, továbbá a választók szemében ez az egy személy jeleníti meg az egész pártot. A popularizálódás következtében a politikusok vizuális ábrázolása a politika keretein túllépve a populáris kultúra tereibe is átnyúlik.

A terek is a fentiekhez kapcsolódó vizuális erőforrásként jelenhetnek meg: az Országháztól, mint a politika „klasszikus” vagy megszokott helyszínétől eltérő környezetben ábrázolt politikusok és közösségek másfajta, a politika világától akár teljesen eltérő tulajdonságokat és üzeneteket jelenítenek meg.

A fentiek következtében kevésbé meglepő, hogy a vizuális megjelenés olyan komponensei is erőforrássá válnak, mint az öltözködés. A politikusok által viselt ruhák többféle üzenetet közvetíthetnek. A csoporthoz tartozás, más csoportoktól való különbözés, a normák tiszteletben tartása, vagy épp elutasítása, mind kiolvashatók az öltözködésből.

A nemek ábrázolása szintén árulkodik arról, hogy milyen kialakult normák és keretek jellemzik a politikát. Jó példa erre, hogy a magyar vizuális politikai kommunikációnak kevésbé részei a nők, a politikusok megjelenésével kapcsolatban kialakult normának ők nem részei, ennek következtében pedig megjelenésük teljesen eltér a „megszokottól”.

Szintén vizuális üzeneteket közvetít az ábrázolt személyek száma. A tömegek megjelenítése jelentheti a csoport vagy közösség kiterjedt méretét, de alkalmas vizuális komponens arra is, hogy félelmet keltsen. Ezen kívül a tömeg ábrázolása kihangsúlyozhatja egy-egy személy megkülönböztetett szerepét is.

Az alkalmazott látványelemek időbeli változásainak áttekintésével a tanulmányból kiolvasható, hogy a magyar vizuális politikai kommunikáció három szakaszra osztható, azonban ezeket a szakaszokat nem választja el éles határ, sokkal inkább átmenetek és tendenciák jellemzők. A vizsgált huszonöt év kezdetén a vizuális

kommunikáció elemei az önmeghatározás köré épülnek. Ezt követően a hangsúly arra helyeződik át, hogy a látványvilágok árnyaltabbak, sokrétűbbek legyenek, végül pedig az ellenfelek negatív vizuális ábrázolása válik egyre inkább meghatározóvá.

Zárszó

Kiss Balázs

Elérkeztünk a történet végéhez, és ezért ideje feltenni a kérdés: milyen történetírási irányt követtünk tehát? Nyugodt lelkiismerettel állíthatjuk, hogy azt, amelyiket a kérdést először alaposan körüljáró tanulmányban¹ definiáltunk a magunk számára. Röviden szólva: olyant, amelyik nélkülözte a szokásos előfeltevéseket, és megpróbált kizárólag leírásokkal szolgálni normatív elmarasztalások és politikai üzenetek nélkül és helyett.

A politikai kommunikáció történetét nem oldottuk fel a politika történetében, tehát nem a mindenkorai politikai intézményi érdekek pusztá lecsapódásaként adtuk elő. Még a látványvilágról szólva is igyekeztünk elkerülni azt, hogy az egyes vizuális megoldások pusztán verbális megfogalmazások vagy politikai stratégiák illusztrációinak látsszanak.

Nem értük be azzal a kommunikációval, amelyet a politikai elit folytatott, és pedig az általa preferált felületeken, hanem – amennyire lehetett, tehát nem elégséges mértékben – figyelmet fordítottunk a bulvár és az állampolgárok megnyilvánulásaira is, merthogy mintha a politikai kommunikáció átalakulásának egyik leglátványosabb tendenciája éppen a popularizálódás lett volna.

Nem voltunk normatívak, ezért nem a kiegyensúlyozott kommunikációs viszonyok hősköltevényét vagy szomorújátékát írtuk meg, sem nem azt akartuk megírni. Ezért nem kerestük a jeleit annak, hogy vajon érvényesültek-e a nyilvános kommunikáció habermasi elvei, győzött-e vagy hősi halált halt-e a sajtószabadság, vajon mindenoldalúan tájékozott állampolgárok lepték-e el a kommunikációs tereket, őszinték voltak-e, avagy manipuláltak-e a politikusok és a média.

Abban az értelemben sem voltunk teleologikusak, hogy elvártuk volna azt, hogy a valamikori kommunikációs jelenségek vagy tendenciák a megíráskori állapotok, tehát a 2010-es évek második fele felé mutassanak. Nem kerestük annak a korai jeleit, hogy bizonyos politikai erők hanyatlása hogyan hozza magával a hozzájuk kötődő média visszaszorulását, és megfordítva: nem kutattuk annak előzetes lépéseit, ahogyan a kormányzati kommunikáció kiterjeszti a maga tevékenységét a két választás közötti időszak egészére és minden lehetséges felületre.

Éppen az volt a Michel Foucault kidolgozta *archeológia* által ihletett saját vizsgálódásaink velejárója, hogy olyan múltbeli jelenségeket is számba vettünk, amelyeknek nem volt folytatásuk, hiszen – ahogy többször jeleztem már – egy-egy kommunikációs jelenség addig létezik, amíg kommunikációs aktusokkal, és nem máshogy, konstruálják, fenntartják, de addig nagyon is létezik, még ha utóbb nyomtalanul eltűnik is, tehát a jelen számára már nincsen relevanciája. Ugyanakkor, és ez a foucault-i *genealógia* értelme, bármikor újraéledhet, amennyiben a kommunikációs folyamat életre kelti, és ebben az életrekeltésben számos korábbi vonása, tipikus összetevője jelen lehet vagy módosulhat, az adott aktort vagy diskurzust a régivel egyező módon vagy attól eltérően konstruálhatják meg az újabb kori alkalmazók.

Az öt év letelt, izgalmas időközön vagyunk túl, sokat tanultunk a magyarországi politikai kommunikáció szám-talan dokumentumának az áttekintése során. Kimeríthetetlen forrást találtunk és térképeztünk fel a magunk és remélhetőleg az érdeklődő olvasók, kutatótársak számára. Ennek számos hasznát láttuk már eddig is,

¹ Kiss Balázs (2016) Esemény, hálózat, szemiózis. *Politikatudományi Szemle*, 1.

hiszen nem kevés olyan tanulmányt publikáltunk és előadást tartottunk, ahol, immár akár elszakadva a há-lózatkutatótól és a társadalomszemiotikától, tudtunk érdekes dolgokat mondani a politikai kommunikációról általában és a hazai tapasztalatokról azon belül.

A munkánk az összes jó szándékunk ellenére fogyatékos, de huszonöt év néhány kutató öt éves munkájával aligha tárható fel kielégítő módon. Nagyon reméljük, hogy mások majd újra és újra elvégzik az éppen aktuális kerek évfordulókon a feltárást legalább 1990-ig visszanyúlva, és kiigazítják a tévedéseinket, pótolják hiányainkat, meg persze újrifestik az egész képet. Azt is reméljük, hogy ebbeli munkájukban segítséget fog nekik nyújtani ez a kötet és a többi eredményünk!